

UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN  
EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO



**“PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA  
EN EL DEPARTAMENTO DE REDACCIÓN DE PRENSA LIBRE”**

Informe Final del Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura

Presentado al Honorable Consejo Directivo por:

**PABLO RICARDO JUÁREZ ANDRINO**

Previo a optar al título de:

**LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

Guatemala, octubre de 2018

## **Consejo Directivo**

### **Director**

M.Sc. Sergio Vinicio Morataya

### **Representantes Docentes**

Lic. Mario Campos

Lic. Gustavo Morán

### **Representantes Estudiantiles**

Pub. Gabriela Eugenia Menegazzo Cu

Pub. Heber Libni Emanuel Escobar Juárez

### **Representante de Egresados M.A.**

Michael González Bátres

### **Secretaria Administrativa M.Sc.**

Claudia Molina

### **Coordinador EPS Licenciatura**

Lic. Luis Pedroza Gaytán

### **Supervisores de EPS Licenciatura**

Licda. Sandra Nohemí Hernández y Hernández

Lic. Fernando Ismael Flores Barrios

# PRENSA LIBRE

Guatemala, 02 de octubre 2018

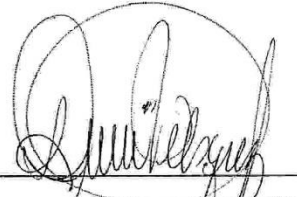
Lic. Luis Pedroza  
**Coordinador**  
Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura  
**Escuela de Ciencias de la Comunicación**  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Estimado Licenciado Pedroza:

Por medio de la presente, hacemos constar que: Pablo Ricardo Juárez Andrino con número de **carné**: 200512269 y **CUI**: 2519096890101; el estudiante(a) epesista de la Escuela de Ciencias de la Comunicación, de la Universidad de San Carlos de Guatemala; como requisito y, previo a obtener el título de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación; realizó el Ejercicio Profesional Supervisado de Licenciatura en esta institución específicamente en el departamento de Redacción cumpliendo con 300 horas efectivas de práctica comprendidas del 07 de mayo al 13 de julio del año en curso; tiempo durante el cual ejecutó el proyecto comunicacional: "**Plan de comunicación para fortalecer la comunicación interna en el departamento de Redacción de Prensa Libre**" entregando el material respectivo, debidamente recibido por nuestra empresa.

En este sentido, manifestamos entera satisfacción respecto al trabajo del epesista y para los usos subsecuentes en el proceso de EPS de Licenciatura, extendemos la presente CONSTANCIA DE FINALIZACIÓN DE SU PROYECTO DE EJERCICIO PROFESIONAL SUPERVISADO DE LICENCIATURA en nuestra empresa.

Atentamente,



MBA. Sonia Doménica Velásquez Navas  
Editora Jefa de Redacción Mesa Central  
Prensa Libre, S.A.

## PRENSA LIBRE



**Universidad de San Carlos de Guatemala**  
Escuela de Ciencias de la Comunicación

Guatemala, 10 de octubre de 2018

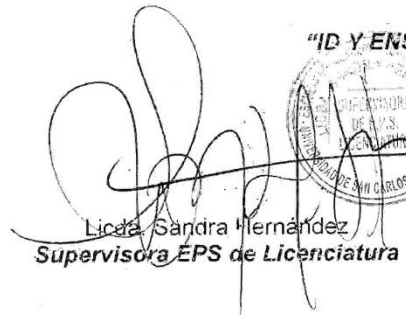
Estudiante  
Pablo Ricardo Juárez Andrino  
Carné: 200512269  
Escuela de Ciencias de la Comunicación, USAC

De mi consideración:

Por este medio informo a usted, que he revisado el Informe Final de su Proyecto de EPS de Licenciatura con título: "PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL DEPARTAMENTO DE REDACCIÓN DE PRENSA LIBRE". El citado trabajo llena los requisitos de rigor del presente Programa, por lo cual se emite **DICTAMEN FAVORABLE** para los efectos subsiguientes.

Se autoriza su aprobación en el acta de cierre respectiva y distribución digital del Informe Final de EPS de Licenciatura en 5 CD's con el documento en PDF los cuales deberá entregar en las instancias correspondientes para su archivo y publicación.

*"ID Y ENSEÑAD A TODOS"*



Licda. Sandra Hernández  
**Supervisora EPS de Licenciatura**



Vo.Bo. Lic. Luis Pedroza  
**Coordinador EPS de Licenciatura**



**USAC**  
TRICENTENARIA  
Universidad de San Carlos de Guatemala

Edificio M2,  
Ciudad Universitaria, zona 12.  
Teléfono: (502) 2418-8920  
Telefax: (502) 2418-8910  
[www.comunicacionusac.org](http://www.comunicacionusac.org)

**Para efectos legales, únicamente el autor es responsable del contenido de este trabajo**

## **Dedicatorias**

A todos los estudiantes sancarlistas porque son ejemplo de tenacidad, paciencia y determinación. A todos aquellos que lo han intentado y han fracasado, pues si leen estas palabras están en presencia de un ejemplo de que todo es posible.

**Pablo Ricardo Juárez Andrino**

## **Agradecimientos**

Agradezco a mi madre por ser ejemplo de perseverancia y por su apoyo incondicional ante todas las adversidades.

A mi padre que, al igual que mi madre, siempre creyó en mí.

Al equipo de EPS -coordinador, asesores y asistentes- cuyo arduo trabajo permite a los estudiantes contar con una opción viable para completar el proceso de obtención del grado de licenciatura.

A todos los catedráticos que comparten de forma comprometida y sin egoísmo sus valiosos conocimientos con los estudiantes.

## ÍNDICE

RESUMEN.....	I
INTRODUCCIÓN .....	II
JUSTIFICACIÓN.....	III
CAPÍTULO I.....	1
1. DIAGNÓSTICO.....	1
1.1. OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO.....	1
1.1.1. Objetivo General .....	1
1.1.2. Objetivos específicos.....	1
1.2. La institución: Prensa Libre Sociedad Anónima .....	1
1.2.1. Ubicación Geográfica.....	1
1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas.....	2
1.2.3. Antecedentes o historia.....	2
1.2.4. Departamentos o dependencias .....	2
1.2.5. Misión.....	2
1.2.6 Visión .....	3
1.2.7 Objetivos Institucionales .....	3
1.2.8 Público Objetivo.....	3
1.2.9 Organigrama Redacción .....	4
1.3. METODOLOGÍA .....	5
1.3.1. Descripción del método.....	5
1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección .....	5
1.3.3. Cronograma del diagnóstico.....	7
1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS .....	8
1.4.1. Ficha de entrevistas .....	8
1.4.2. Resultado de la entrevista.....	9
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados .....	10
1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas .....	11
1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA.....	25
CAPÍTULO II .....	26
2. PLAN DE COMUNICACIÓN.....	26
2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES .....	26
2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN.....	27



2.2.1. Objetivo General .....	27
2.2.2. Objetivos Específicos .....	27
2.3. PÚBLICO OBJETIVO.....	27
2.4. MENSAJE.....	28
2.5.  ESTRATEGIAS Y ACCIONES .....	29
CAPÍTULO III .....	31
3. INFORME DE EJECUCIÓN .....	31
3.1. PROYECTO DESARROLLADO.....	31
3.1.1. Financiamiento .....	31
3.1.2. Presupuesto ejecutado .....	32
3.1.3 Beneficiarios.....	32
3.1.4. Recursos Humanos .....	32
3.1.5. Área geográfica de la acción .....	33
3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES .....	33
3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES .....	40
3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO.....	41
CONCLUSIONES .....	42
RECOMENDACIONES .....	43
GLOSARIO.....	44
BIBLIOGRAFÍA.....	46
E-GRAFÍA .....	46
ANEXOS.....	47
Transcripción completa de las entrevistas.....	47
Conclusiones de las entrevistas .....	51
Modelo de la encuesta .....	53
Vaciado de datos la encuesta.....	56

## RESUMEN

**Nombre de la institución:** Prensa Libre S.A.

**Nombre del proyecto:** Plan de comunicación para fortalecer la comunicación interna en el departamento de redacción de prensa libre.

### **Objetivos del proyecto:**

#### **General:**

Presentar un plan de comunicación interno que permita implementar una estrategia para la elaboración de la agenda de eventos digital del diario Prensa Libre

#### **Específicos:**

Mejorar los procesos de comunicación entre reporteros y editores.

Implementar el uso de una plataforma digital en la que los reporteros y editores puedan dar a conocer a los lectores de Prensa Libre información sobre eventos de recreación abiertos al público.

Capacitar a los colaboradores en el proceso de elaboración de la agenda.

### **Sinopsis:**

En la búsqueda de ofrecer a sus lectores mayor variedad de contenidos, Prensa Libre emprendió la creación de una agenda de eventos digital, la cual presenta a los usuarios información de actividades en las que pueden ocupar su tiempo libre. Previo a la elaboración de la agenda se procedió a hacer un análisis de la comunicación interna y con base en los resultados se desarrolló un flujo de trabajo y una plataforma digital que permiten una fácil creación de contenido y se capacitó a los reporteros y editores para hacer uso de la mencionada herramienta.

## INTRODUCCIÓN

El presente estudio es una investigación que pretende evaluar el proceso de creación de contenido para generar información sobre eventos públicos para el matutino guatemalteco Prensa Libre y su audiencia.

Se inició con un proceso de diagnóstico de comunicación interna en la redacción de Prensa Libre, previo a la ejecución de este trabajo, ya se ofrecía este tipo de contenidos a los lectores; sin embargo, se evidenció que no existían procesos definidos para generar ese contenido.

Con base en ese hallazgo fue necesario evaluar el funcionamiento de los flujos de trabajo entre los reporteros y editores.

Se efectuó un análisis de la comunicación organizacional en los departamentos y colaboradores, lo que evidenció algunas debilidades que deberán atenderse.

Se trabajó junto a desarrolladores Web en la creación de una plataforma para crear una agenda de eventos digital, la cual forma parte del sitio oficial Prensalibre.com. Posteriormente se estableció un flujo de trabajo para gestionar los contenidos que se publican.

Se concluye satisfactoriamente pues gracias a un proceso de capacitación, los colaboradores aprendieron y pusieron en práctica los lineamientos y procedimientos de creación de contenido para la Agenda de eventos de Prensa Libre, que fue lanzada al público de manera exitosa el 15 de julio del 2018.

## JUSTIFICACIÓN

La creación de una agenda de eventos le permite a Prensa Libre ofrecer nuevo contenido a sus lectores y, previo a su implementación, se hace necesario elaborar un estudio de comunicación interna que permita identificar los flujos de trabajo más eficientes.

La importancia de este proyecto reside en la necesidad que hay por brindar a la público información de eventos en Guatemala que les brinde sano entretenimiento y crecimiento personal.

Este es el primer estudio de comunicación interna que busca crear una agenda de eventos digital en Prensa Libre. En el pasado el matutino ofrecía información de eventos de forma dispersa; sin embargo, este nuevo producto permite centralizar todo el contenido que está relacionado con las actividades que están abiertas al público.

Con el presente estudio se logró que los colaboradores de la redacción de Prensa Libre que entran en contacto con este tipo de información tengan las herramientas para recibir la información de las fuentes, procesarla y colocarlo en una plataforma digital accesible al público, la cual se lanzó el 15 de junio del presente año.

## CAPÍTULO I

### 1. DIAGNÓSTICO

“Diagnóstico de comunicación interna en los departamentos de Redacción y Contenidos Comerciales con el recurso humano que genera o podría generar contenidos para las agendas de eventos de Prensa Libre”.

#### 1.1.OBJETIVOS DEL DIAGNÓSTICO

##### 1.1.1. Objetivo General

Elaborar un diagnóstico de comunicación interna en el departamento de Redacción de prensa Libre con los colaboradores que generarán contenido para la Agenda de Eventos.

##### 1.1.2. Objetivos específicos

- Diagnosticar los procesos de elaboración de agendas de eventos en Prensa Libre.
- Definir cuáles son los departamentos o secciones que elaboran contenido de agendas en Prensa Libre.
- Determinar cuáles son las fuentes de información que se usan para alimentar las agendas
- Identificar si existe un manual para la elaboración de las agendas de eventos en Prensa Libre
- Examinar la comunicación organizacional.
- Conocer si existen más colaboradores personas o departamentos que puedan contribuir para alimentar la agenda.

#### 1.2. **La institución:** Prensa Libre Sociedad Anónima

##### 1.2.1. Ubicación Geográfica

Las oficinas centrales de Prensa Libre se ubican en la 13 calle 9-31 zona 1, Ciudad de Guatemala.

### 1.2.2. Integración y Alianzas Estratégicas

Prensa Libre se ha consolidado como un diario líder, por lo que ha diversificado sus productos a través de revistas y suplementos que se publican durante la semana; sin embargo, sus productos más importantes son la edición impresa, con más de 130 mil ejemplares y las versiones digitales, que cada día alcanzan más de cinco millones de usuarios únicos.

*Fuente: Departamento de Mercadeo Prensa Libre y edición digital*

### 1.2.3. Antecedentes o historia

Prensa Libre fue fundada el 20 agosto del 1951, por iniciativa de los periodistas guatemaltecos Pedro Julio García, Álvaro Contreras Vélez, Salvador Girón Collier, Mario Sandoval Figueroa e Isidoro Zarco Alfasa. Inicialmente, el diario funcionó en una casa de la 3ª avenida y 6ª calle de la zona 1 de la capital, donde sus fundadores dieron vida al lema de un periodismo independiente, honrado y digno. Al principio, Prensa Libre fue un vespertino y sus primeros ejemplares fueron impresos en la Imprenta Iberia.

Actualmente Prensa Libre es una maquinaria informativa multimedial, que ofrece a sus lectores variedad de contenidos en su edición impresa y en las versiones digitales disponibles a través de su página web [www.prensalibre.com](http://www.prensalibre.com), la cual publica contenidos desde 1996, siendo así el primer medio de comunicación en Guatemala en contar con ese servicio.

El diario es dirigido por Doménica Velásquez Navas y una Mesa Central, encabezada por el jefe de redacción Antonio Barrios Alvarado, quien recibe el apoyo de Eswin Quiñónez Florián (editor digital), Gustavo Montenegro (editor de cierre) y Alejandro Sosa (editor de diseño), ellos, junto a un equipo de editores, reporteros, corresponsales, fotógrafos, correctores y diseñadores hacen lo que hoy es Prensa Libre, un periódico de referencia en la región.

### 1.2.4. Departamentos o dependencias

A pesar de que Prensa Libre cuenta con varios departamentos, este diagnóstico se desarrolla con base en el trabajo de una parte de la redacción, la cual es coordinada por cinco editores que integran la Mesa Central, desde donde se giran las directrices de la agenda informativa de cada día.

La redacción de Prensa Libre cuenta con varias Mesas de Contenido, entre ellas Actualidad, Ciudades, Buena Vida y Deportes, las cuales requieren el trabajo de los 16 corresponsales.

Además, existe un departamento de Contenidos Comerciales, en el que se gestan algunas publicaciones semanales y mensuales como Revista Amiga, Revista Tónica y Weekend, entre otros.

### 1.2.5. Misión

“Ser un periódico independiente, honrado y digno, que informa, orienta, educa y sirve a los guatemaltecos”.

### 1.2.6 Visión

Ser la organización periodística líder en Centroamérica, con el compromiso de servir a la comunidad con principios que promueven la libertad, la justicia y la democracia.

### 1.2.7 Objetivos Institucionales

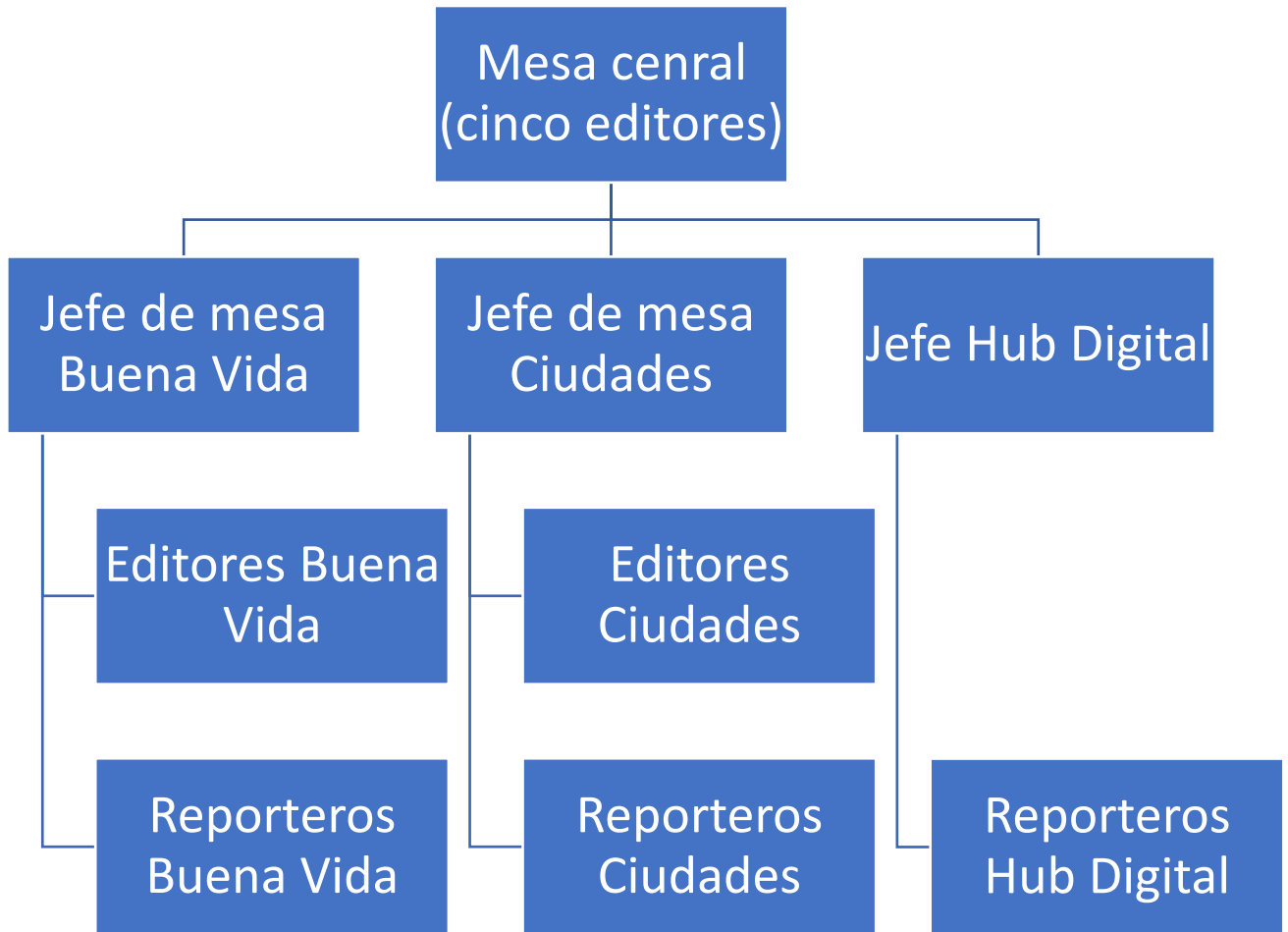
Promover en la sociedad guatemalteca sus principales valores: honradez, dignidad, compromiso, respeto, honestidad, servicio y responsabilidad.

### 1.2.8 Público Objetivo

Prensa Libre cuenta con un grupo objetivo muy amplio, debido a que se ha convertido en un medio con varias plataformas informativas, las cuales atraen a lectores de diferentes edades y estratos sociales. La expansión digital de Prensa Libre le ha permitido abrirse espacios en mercados importantes a escala nacional e internacional, pues en su edición impresa busca llegar a todos los hogares de los guatemaltecos, y en lo digital, sus contenidos son consumidos en Europa, México, Centroamérica y Objetivos del Diagnóstico.

*Fuente: Departamento de Mercadeo de Prensa Libre*

### 1.2.9 Organigrama Redacción



*Fuente: Departamento de Recursos Humanos de Prensa Libre*



## 1.3.METODOLOGÍA

### 1.3.1. Descripción del método

“Los métodos mixtos representan un conjunto de procesos sistemáticos, empíricos y críticos de investigación e implican la recolección y el análisis de datos cuantitativos y cualitativos, así como su integración y discusión conjunta, para realizar inferencias producto de toda la información recabada y lograr un mayor entendimiento del fenómeno bajo estudio” (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008).

Debido a la naturaleza de la recolección y análisis de la información que se pretenden efectuar, se hace necesario buscar un método que permita vincular datos cualitativos y cuantitativos.

“Estos pueden ser conjuntados de tal manera que las aproximaciones cuantitativa y cualitativa conserven sus estructuras y procedimientos originales.” (Chen, 2006; Johnson, 2006; citados por Sampieri).

### 1.3.2. Técnicas e instrumentos de recolección

“Son las herramientas que permiten resolver el problema metodológico de la investigación, para comprobar o refutar una hipótesis. Conjunto de mecanismos y de máquinas, así también como de sistemas y medios de dirigir, recolectar, conservar, reelaborar y transmitir energía y datos. Todo ello creado con vistas a la producción, a la investigación, etc”. (Piloña 1998).

“Toda medición o instrumento de recolección de los datos debe reunir dos requisitos esenciales: confiabilidad y validez. La confiabilidad de un instrumento de medición se refiere al grado en que su aplicación repetida al mismo sujeto produce iguales resultados”. (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008).

“La validez, en términos generales, se refiere al grado en que un instrumento realmente mide la variable que pretende medir”. (Hernández Sampieri y Mendoza, 2008).

La observación fue la primera instancia que se utilizó para identificar a aquellas secciones que son susceptibles de recibir material que pueda servir para alimentar la agenda de Eventos de Prensa Libre.

“La observación se caracteriza por ser un procedimiento de recogida de datos que examina fenómenos o acontecimientos que tienen lugar en la realidad actual. Debe tener fines sociológicos, y con arreglo a los requisitos de la investigación. Recoge datos sociales cualitativos y pasa de los datos a la teoría” (Bravo, 1998).

Este instrumento permitió tener una primera aproximación con los colaboradores que podrían convertirse en generadores de contenido para la agenda, quienes pertenecen a las mesas de trabajo de Buena Vida, Ciudades, el Hub Digital.

Por medio de la observación se determinó qué tipo de contenidos figura en las agendas de las dependencias antes mencionadas, lo que brindó una luz sobre la información que se podrá explotar en la Agenda de Prensa Libre y la que se puede agregar porque aún no se toma en cuenta.

A los colaboradores de los departamentos antes mencionados se les presentó una encuesta, la cual tenía la finalidad de conocer cuántos tienen acceso a contenido útil para el proyecto y quiénes están dispuestos a colaborar.

“La encuesta No observa directamente los hechos, si no a la manifestación realizada por los propios interesados. Hace posible que la investigación se extienda a los aspectos subjetivos y por lo tanto como hechos y fenómenos sociales” (Bravo, 1998)

Se comprendió cuáles son algunas de las fuentes de información que actualmente se utilizan, así como formas de facilitar el proceso.

Ese mismo instrumento permitió diagnosticar la comunicación organizacional entre los colaboradores de los departamentos antes mencionados.

Se utilizan cuatro entrevistas estructuradas a las personas que actualmente tienen a su cargo generar contenido de agendas en varias secciones y productos de Prensa Libre, como las secciones Buena Vida, Ciudades y Weekend, de Prensa Libre.

“La entrevista, es la comunicación interpersonal establecida entre el investigador y el sujeto de estudio a fin de obtener respuestas verbales a los interrogantes planteados sobre el problema propuesto. Se considera que este método es más eficaz que el cuestionario, ya que permite obtener una información más completa” (Galán,2009)

A través de ella el investigador puede explicar el propósito del estudio y especificar claramente la información que necesite; si hay interpretación errónea de las preguntas permite aclararla, asegurando una mejor respuesta.

Este instrumento permitió tener conocer los procedimientos que actualmente se llevan a cabo para generar el contenido de las agendas y también permitió conocer algunas opciones para mejorar, tanto el producto como los procedimientos.

### 1.3.3. Cronograma del diagnóstico

Actividad	Enero				Febrero			
	1	2	3	4	1	2	3	4
Asistencia al propedéutico		■						
Consulta de bibliografías (documentación)			■	■				
Observación del contenido de las agendas de eventos que se producen en Prensa Libre				■				
Observación de los colaboradores de las mesas de trabajo de la redacción de Prensa Libre				■				
Observación del trabajo de los colaboradores de Contenidos Comerciales					■			
Identificación del problema					■			
Redacción de Objetivos						■		
Selección de la metodología						■		
Primera Revisión con la licenciada Sandra Hernández						■		
Segunda revisión de bibliografías						■		
Elaboración de Instrumentos						■		
Segunda revisión con la licenciada Sandra Hernández						■		
Presentación de encuestas a los colaboradores de Prensa Libre						■		
Entrevistas con los encargados de elaborar las agendas en Prensa Libre						■		
Vacío de datos y análisis de resultados						■		

Fuente: <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/diagramas-de-gantt/que-es-un-diagrama-de-gantt-y-para-que-sirve>

## 1.4. RECOPIACIÓN DE DATOS

### 1.4.1. Ficha de entrevistas



**Entrevista a personal que actualmente se encarga de elaborar contenido  
par las agendas de eventos de Prensa Libre**

Nombre:

Cargo:

Fecha:

Tipo de entrevista: abierta

¿Considera importante que Prensa Libre cuente con un espacio en el que se ofrezca información sobre eventos sociales a los cuales los lectores puedan asistir? ¿Por qué?

¿Cuál es el proceso para alimentar la agenda de eventos de su sección?

¿Cómo considera que ese proceso puede mejorarse?

En su opinión, ¿es necesario que más colaboradores se sumen a los esfuerzos por generar contenido para las agendas de eventos de Prensa Libre?

¿Creé que en Guatemala se genera suficiente información para mantener alimentada una agenda de eventos sociales?

Además de los datos básicos de los eventos (lugar, fecha, hora, precios, etc.), ¿Qué otra información considera que puede enriquecer la agenda de Eventos de Prensa Libre para dar un valor agregado al lector?

## 1.4.2. Resultado de la entrevista

### **Entrevista 1**

Es importante que exista un espacio en el que se ofrezcan a los lectores eventos a los cuales asistir y considera que se debe mejorar la comunicación entre los diferentes departamentos que actualmente manejan ese tipo de contenidos. No es necesario integrar a más personas al proceso, pero sí se debe instruir a todos los colaboradores para que compartan el contenido que pueda ser relevante para la Agenda de Prensa Libre.

### **Entrevista 2**

Las agendas de eventos son importantes porque el guatemalteco siempre está en busca de formas de entretenerse en su tiempo libre. El producto de la agenda puede mejorarse si se crea una plataforma digital con un formulario para llenar la información de los eventos y que estos se publiquen en un lugar visible de la página web principal de Prensa Libre. Es necesario que más personas se involucren en los procesos de la elaboración de la agenda porque de esta forma el contenido será más variado y enriquecido para el público.

### **Entrevista 3**

Recibir información de eventos sociales a los que puedan asistir son unas de las principales solicitudes que hacen los lectores, al mismo tiempo, cuando se comparte esta información se promueve la cultura; además, es necesario contar una plataforma de uso sencillo para ingresar los eventos y darle más espacio a ese tipo de contenidos. Se debe estar alerta de la información que se genere y pueda ser útil para alimentar la agenda de Prensa Libre. Tener una agenda que se actualice constantemente podría llevar a Prensa Libre a convertirse en un referente en cuanto a la difusión de eventos para satisfacer la demanda del público.

### **Entrevista 4**

Las redes sociales y la información que le llega a su correo electrónico son sus principales fuentes. Se considera que antes de pensar en integrar a más personas a los procesos de elaboración de agenda es necesario establecer una nueva estrategia. Sí hay suficiente contenido como para alimentar una agenda y es necesario agregar videos de referencia para la versión digital.

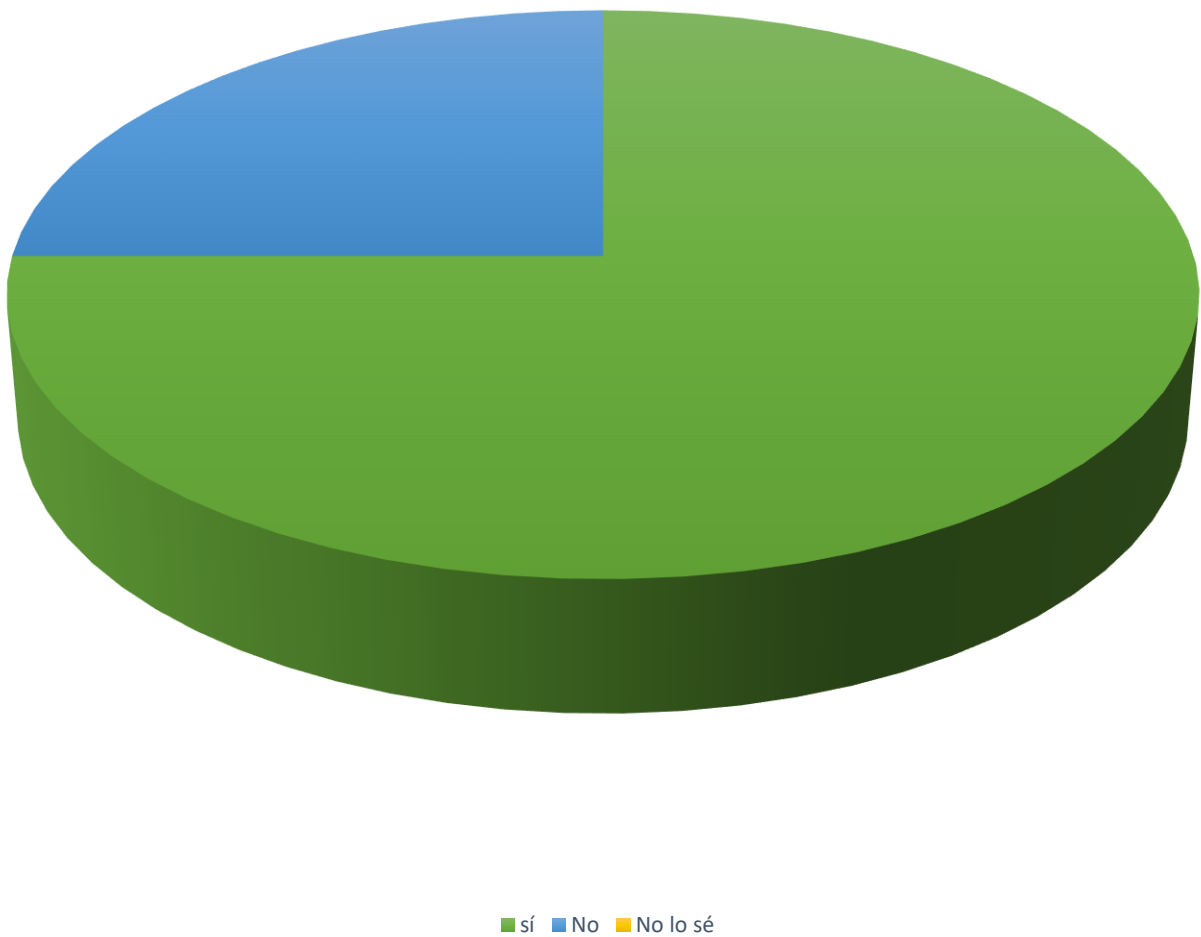
1.4.3. Tablas comparativas, puntos de encuentros y disensos entre entrevistados

Pregunta	Encuentros	Disensos
¿Considera importante que Prensa Libre cuente con un espacio en el que se ofrezca información sobre eventos sociales a los cuales los lectores puedan asistir? ¿Por qué?	Todos consideran importante que haya una agenda de eventos para los lectores.	El 75% afirma que el objetivo debe ser posicionar a Prensa Libre como el medio líder. El resto opinó que se debe pensar primero en el lector.
¿Cuál es el proceso para alimentar la agenda de eventos de su sección?	Todos los entrevistados comienzan por buscar en redes sociales y la información que les llega al correo electrónico.	El 75% asegura que las redes sociales son un buen canal para conocer eventos. El resto opinó que lo mejor es obtener los datos de fuentes primarias.
¿Cómo considera que ese proceso puede mejorarse?	Los entrevistados aseguran que es necesario centralizar todos los esfuerzos en una sola plataforma para no duplicar esfuerzos.	El 50% asegura que se debe confirmar por teléfono la información de los eventos, mientras el resto opinó que no es necesario
En su opinión, ¿es necesario que más colaboradores se sumen a los esfuerzos por generar contenido para la agenda?	Los entrevistados opinaron que se requiere de un equipo de personas se encarguen de elaborar contenido para la agenda.	El 50% opina que se deben sumar más personas. El resto cree que primero deben establecerse los procedimientos.
¿Creé que en Guatemala se genera suficiente información para mantener alimentada una agenda de eventos sociales?	Todos estuvieron de acuerdo en que en el país se genera suficiente contenido para alimentar la agenda de eventos de Prensa Libre.	El 75% por ciento dice que el contenido necesario se genera en las redes sociales, mientras el resto asegura que se debe buscar con más tenacidad.

#### 1.4.4. Gráficas, cuadros e interpretaciones del resultado de las encuestas

**Grafica 1**

¿Actualmente genera notas sobre conciertos, carreras benéficas, convenciones, exposiciones, tours u otros eventos sociales a los cuales los lectores de Prensa Libre pudieran asistir? (Si su respuesta es positiva pase a la pregunta 5, si su respue

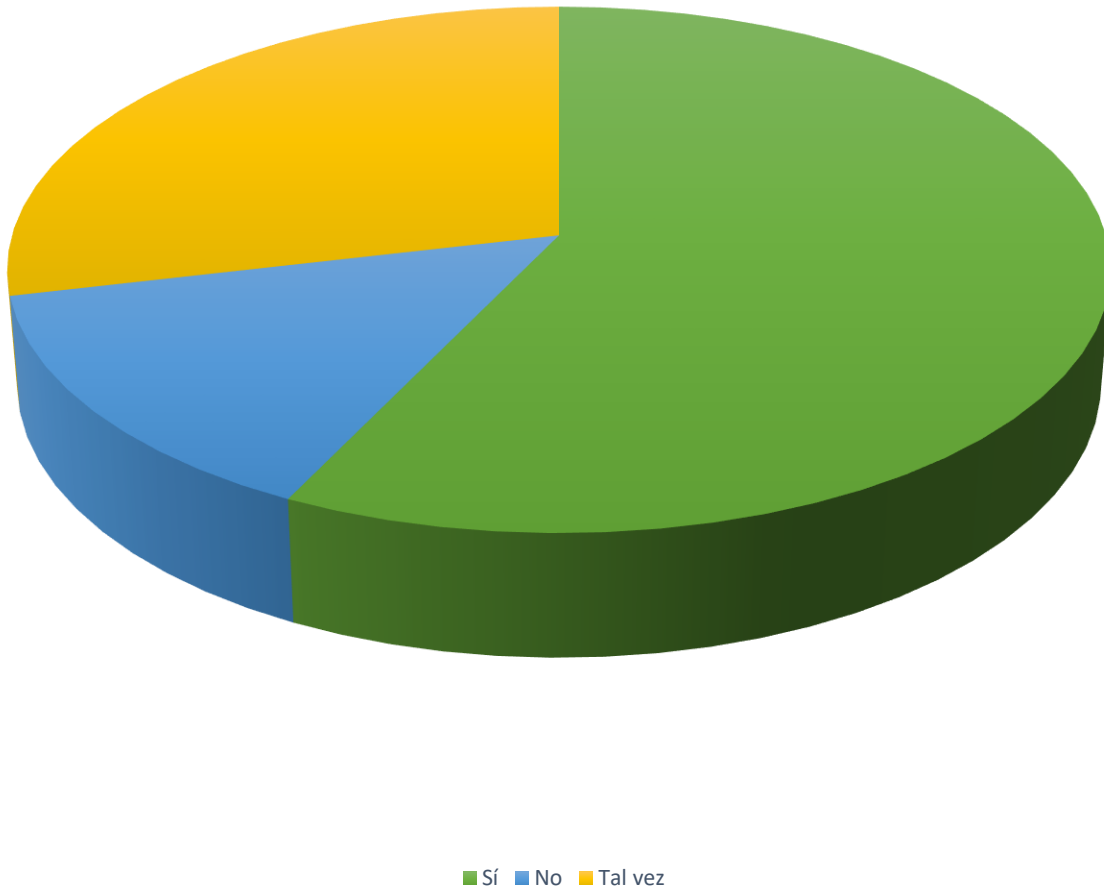


*Fuente: encuesta efectuada a colaboradores de Prensa Libre*

Interpretación: el 75 por ciento de los encuestados actualmente generan contenido que puede ser usado para la Agenda de eventos de Prensa Libre.

## Gráfica 2

Si su respuesta fue negativa, ¿Estaría dispuesto a generar contenido para alimentar la Agenda de Eventos de Prensa Libre?



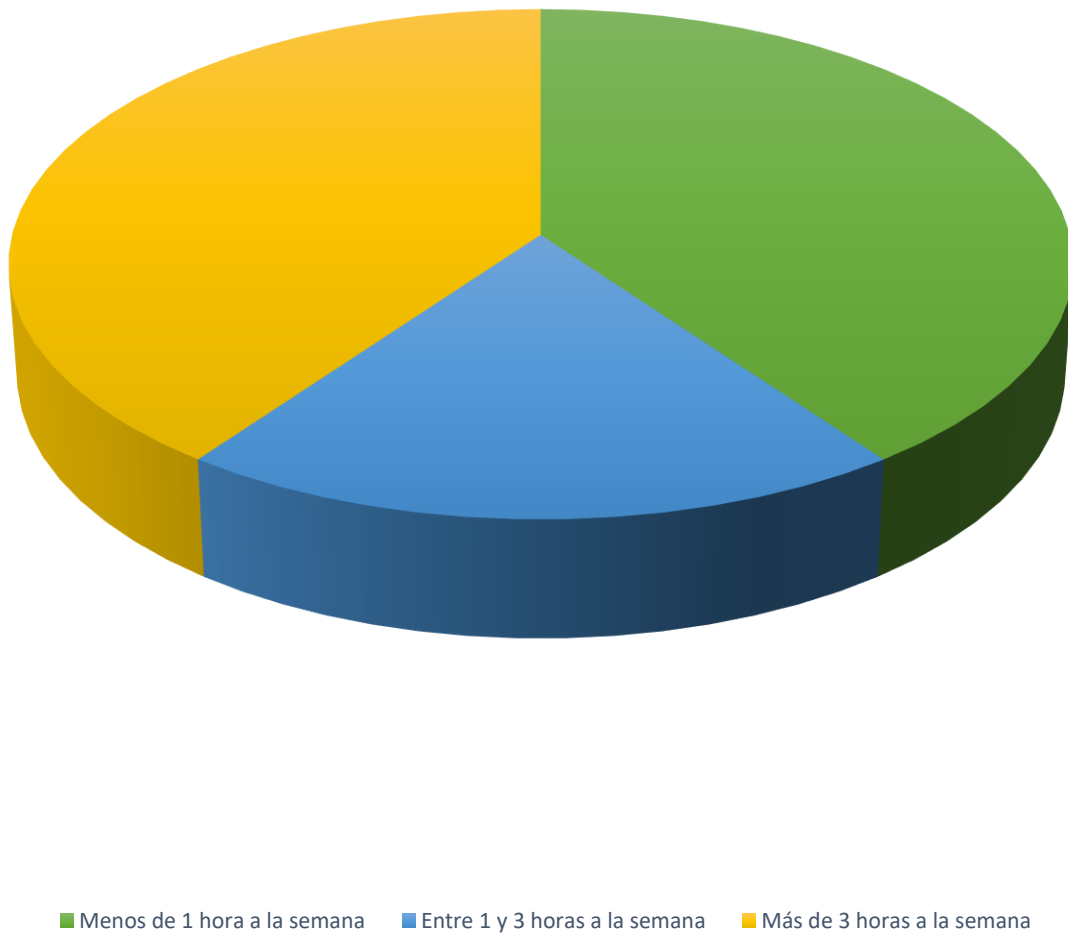
*Fuente: encuesta efectuada a colaboradores de Prensa Libre*

Interpretación: de las siete personas que actualmente no generan contenido para las agendas de Prensa Libre, el 57.1 por ciento está dispuesto a colaborar; mientras el 28.6% podría decidir colaborar.



**Gráfica 3**

¿Cuánto tiempo de la semana estaría dispuesto a ocupar en generar contenido para la Agenda de Eventos de Tiempo Libre?

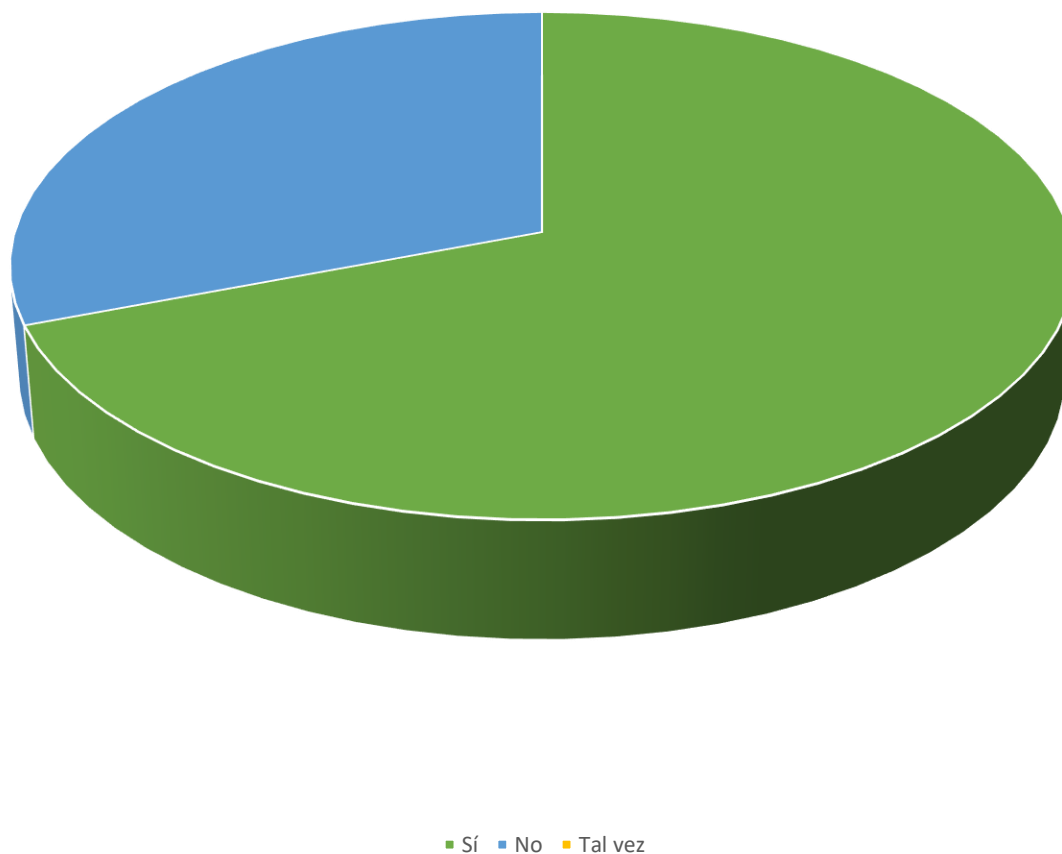


*Fuente: encuesta efectuada a colaboradores de Prensa Libre*

**Interpretación:** el 40 por ciento de los encuestados que no trabaja contenido para las agendas de Prensa Libre estaría dispuesto a invertir más de tres horas a la semana para generar contenido sobre eventos a los que los lectores podrían asistir.

**Gráfica 4**

¿Considera que actualmente usted recibe información de sus fuentes que pueda ser de utilidad para alimentar la Agenda de Eventos de Prensa Libre?

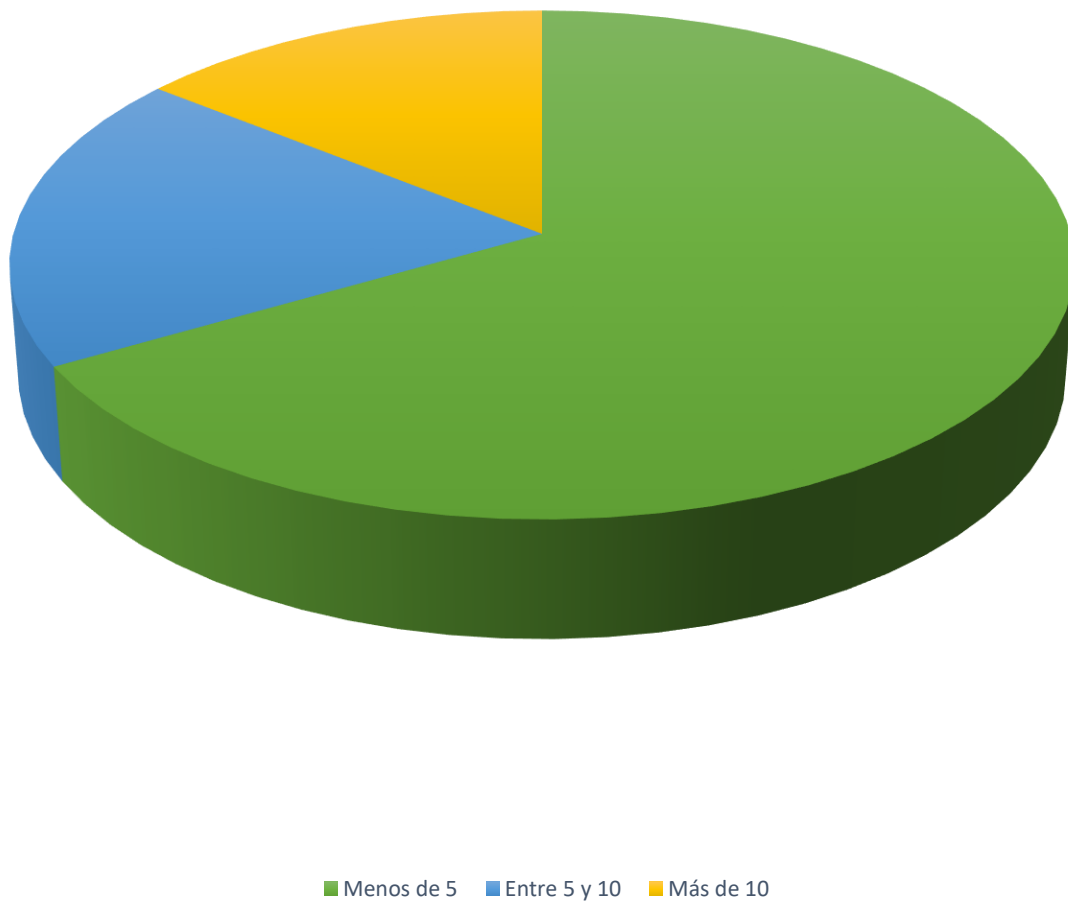


*Fuente: encuesta efectuada a colaboradores de Prensa Libre*

**Interpretación:** de los encuestados que aún no generan contenido para agenda, el 69.2% asegura que recibe información que se puede usar para alimentar la Agenda de eventos de Prensa Libre.

### Gráfica 5

En promedio, ¿cuántas notas o entradas a la agenda redacta a la semana sobre conciertos, carreras benéficas, convenciones, exposiciones, tours u otros eventos sociales a los cuales los lectores de Prensa Libre pudieran asistir?

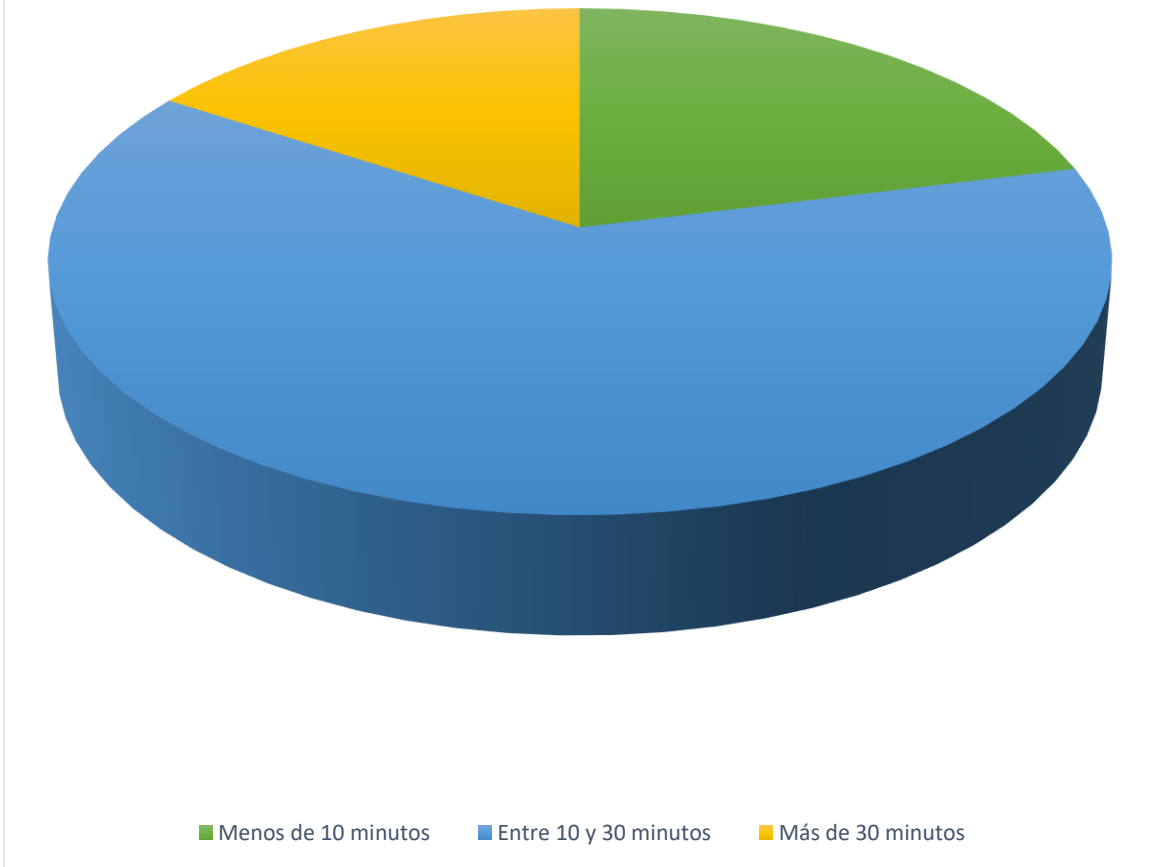


Fuente: encuesta efectuada a colaboradores de Prensa Libre

Interpretación: el 66.7 por ciento de los colaboradores que actualmente generan contenido para agenda aseguran que hacen menos de cinco notas semanales relacionado con ese tipo de contenido.

**Gráfica 6**

¿Cuánto tiempo le toma generar una nota o una entrada para la agenda de eventos?

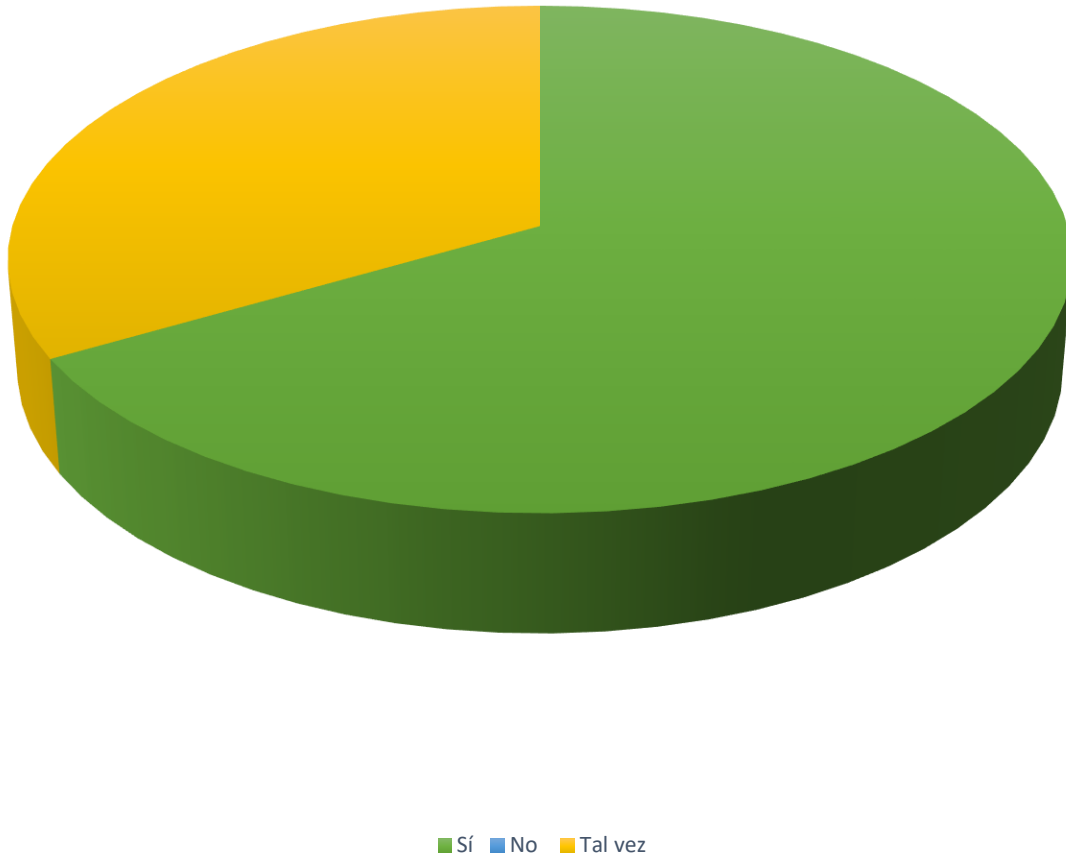


*Fuente: encuesta efectuada a colaboradores de Prensa Libre*

**Interpretación:** el 63.2 por ciento de los reporteros que generan contenido para agenda aseguran que crear una nota o entrada les toma entre 10 y 30 minutos. Mientras el 15.8 asegura que le toma más de media hora.

**Gráfica 7**

¿Considera que se pueden mejorar el proceso de generar notas o una entrada para la agenda de eventos?

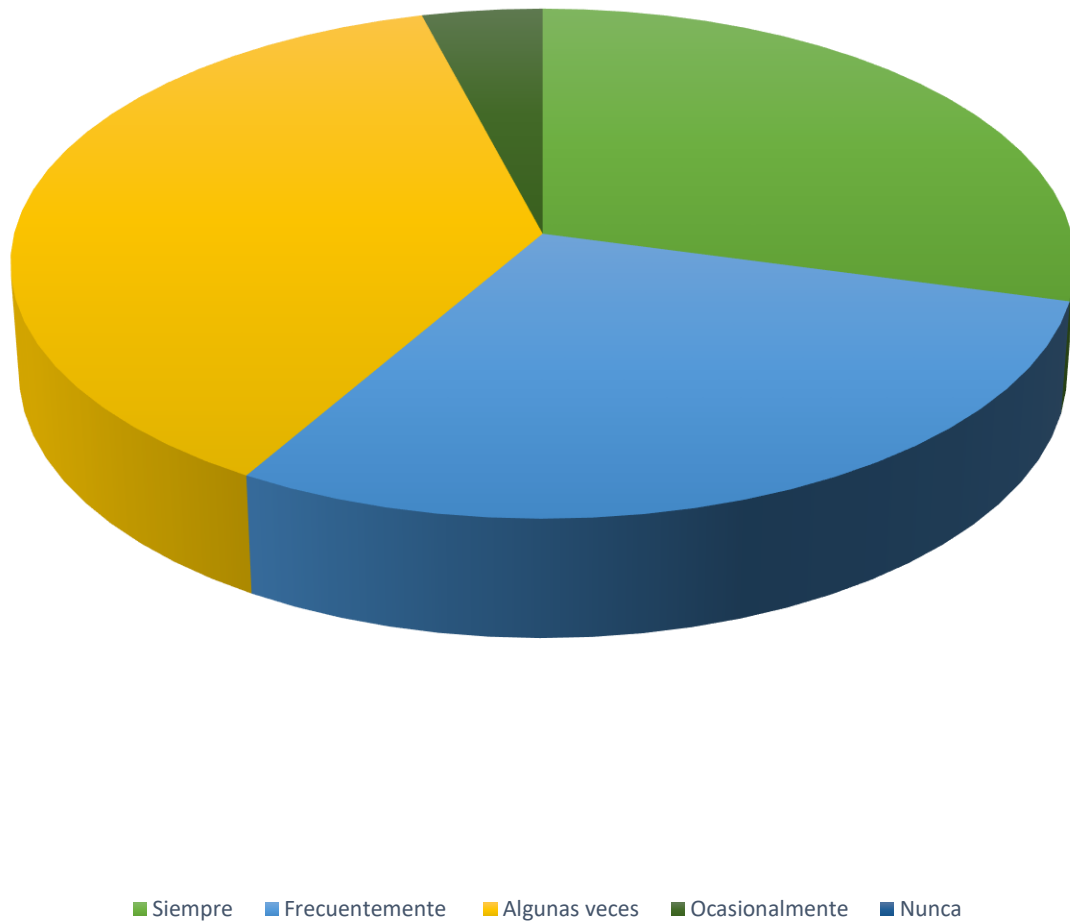


*Fuente: encuesta efectuada a colaboradores de Prensa Libre*

**Interpretación:** de las personas que actualmente generan contenido para las agendas de Prensa Libre el 66.7 por ciento opina que se puede mejorar el proceso. Mientras el 33.3% no está seguro; sin embargo, nadie opina que el proceso no puede mejorarse.

**Gráfica 8**

¿La atención que le brinda su jefe al momento de solucionar un problema es oportuna?

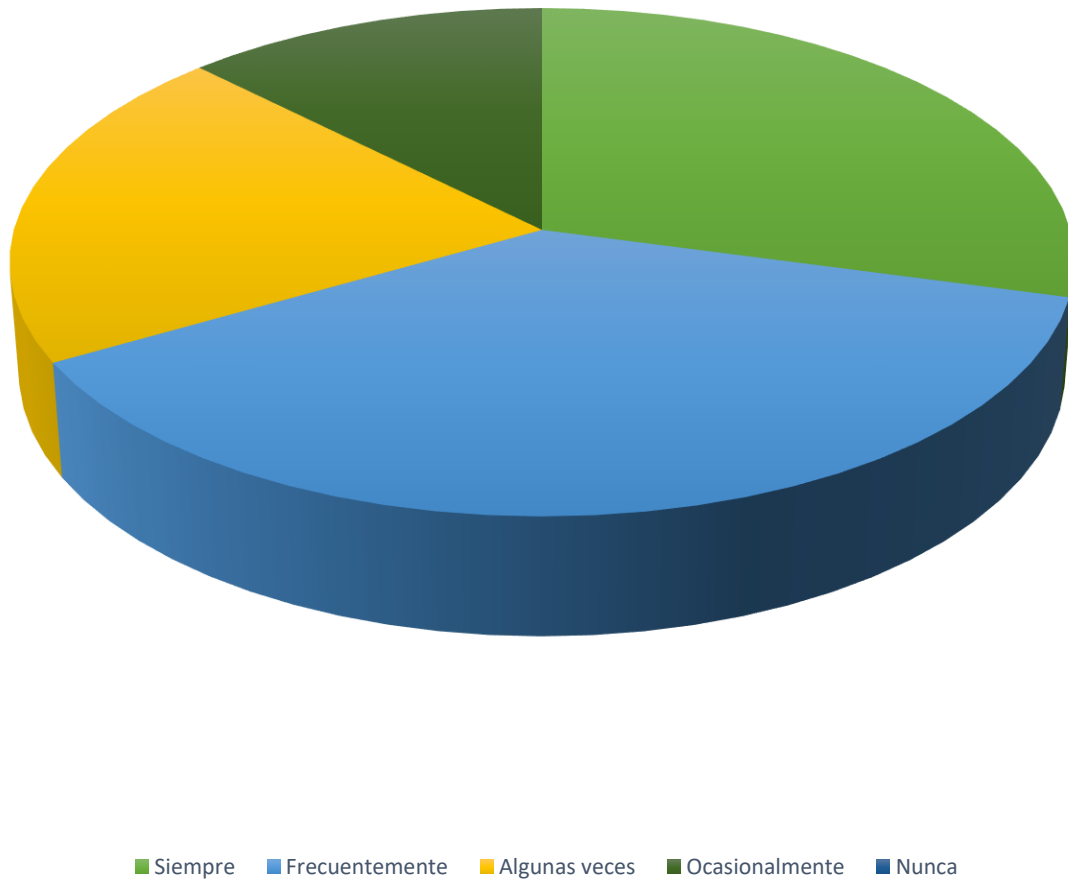


*Fuente: encuesta efectuada a colaboradores de Prensa Libre*

**Interpretación:** el 37.5 por ciento de los colaboradores que laboran en secciones susceptibles a colaborar con la Agenda de eventos de Prensa Libre opina que solo algunas veces recibe atención oportuna de su jefe para solucionar los problemas.

**Gráfica 9**

¿Las sugerencias u opiniones que usted le expresa a sus superiores son tomadas en cuenta?

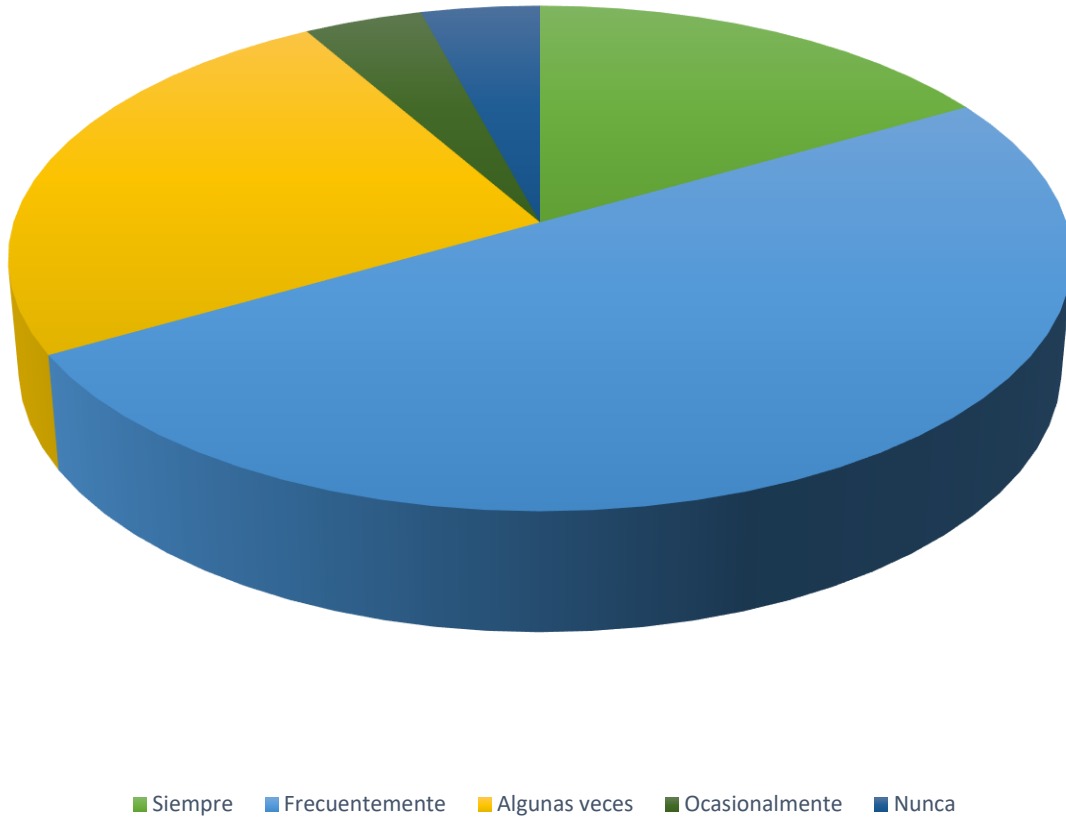


*Fuente: encuesta efectuada a colaboradores de Prensa Libre*

**Interpretación:** el 37.5 por ciento de los 24 colaboradores encuestados asegura que sus sugerencias u opiniones son tomadas en cuenta frecuentemente por parte de sus superiores.

**Gráfica 10**

¿Los problemas que se presentan en su puesto de trabajo son resueltos con su jefe?



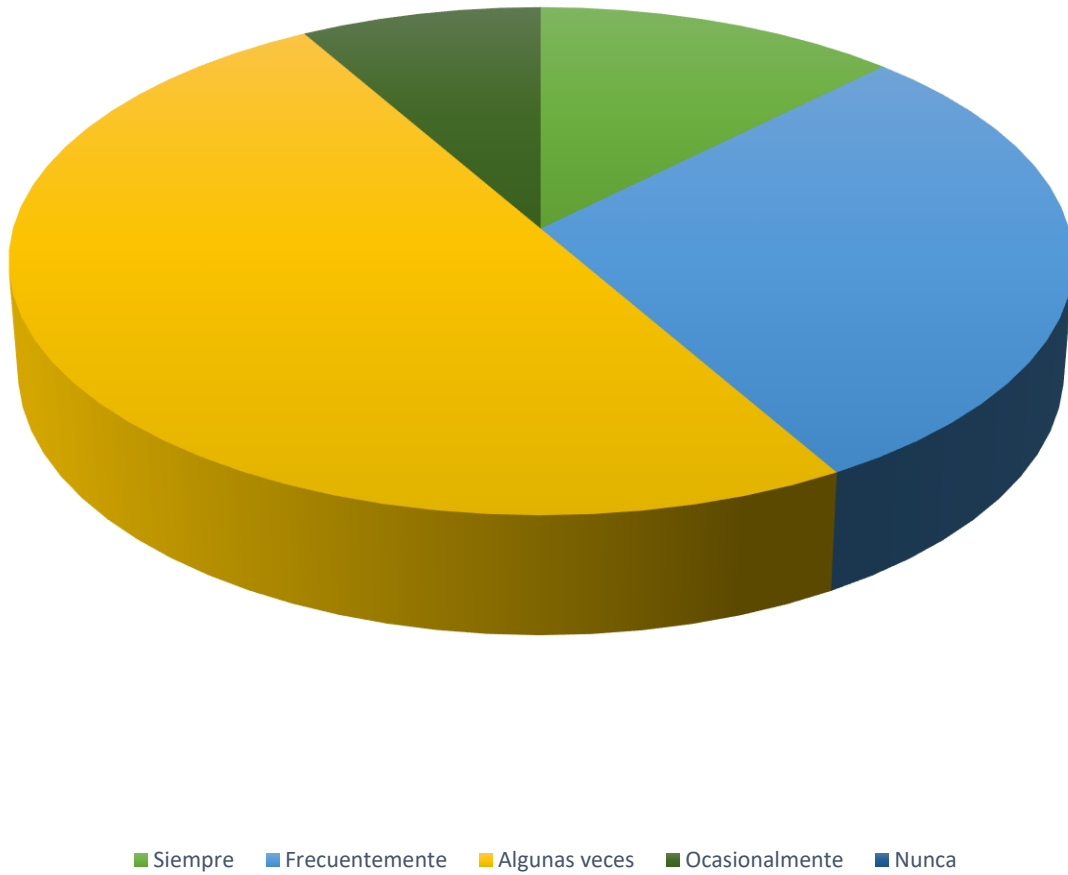
*Fuente: encuesta efectuada a colaboradores de Prensa Libre*

**Interpretación:** el 50 por ciento de los colaboradores encuestados opina que frecuentemente resuelven los problemas de sus puestos de trabajo con la ayuda de su jefe.



**Gráfica 11**

¿Recibe retroalimentación de parte de sus superiores sobre las labores que desarrolla en la empresa?

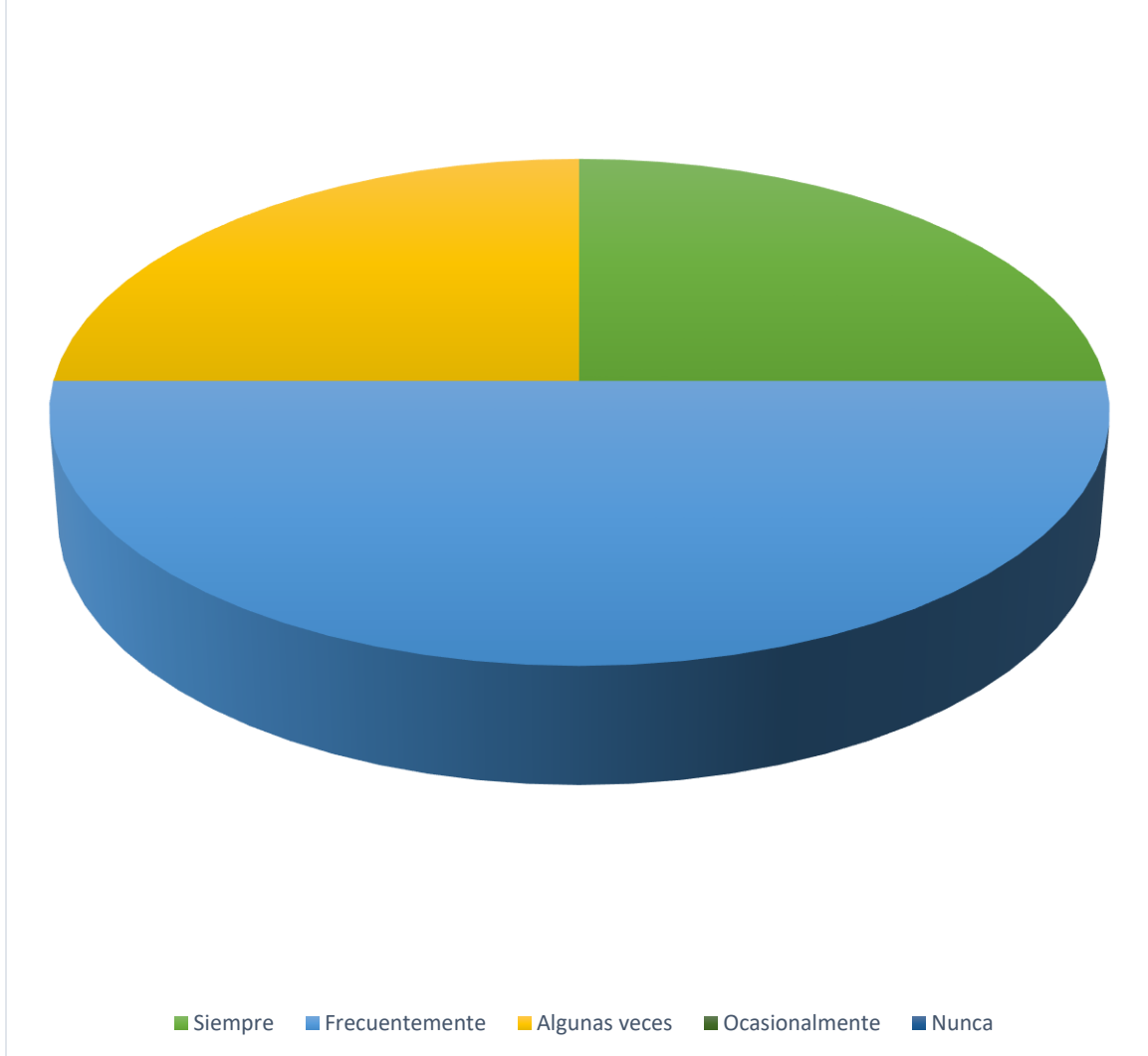


*Fuente: encuesta efectuada a colaboradores de Prensa Libre*

**Interpretación:** la mitad de los colaboradores encuestados opina que solo algunas veces recibe retroalimentación de parte de sus jefes acerca de las labores que desarrolla en la empresa.

**Gráfica 12**

¿Las instrucciones impartidas por su jefe son claras y precisas?

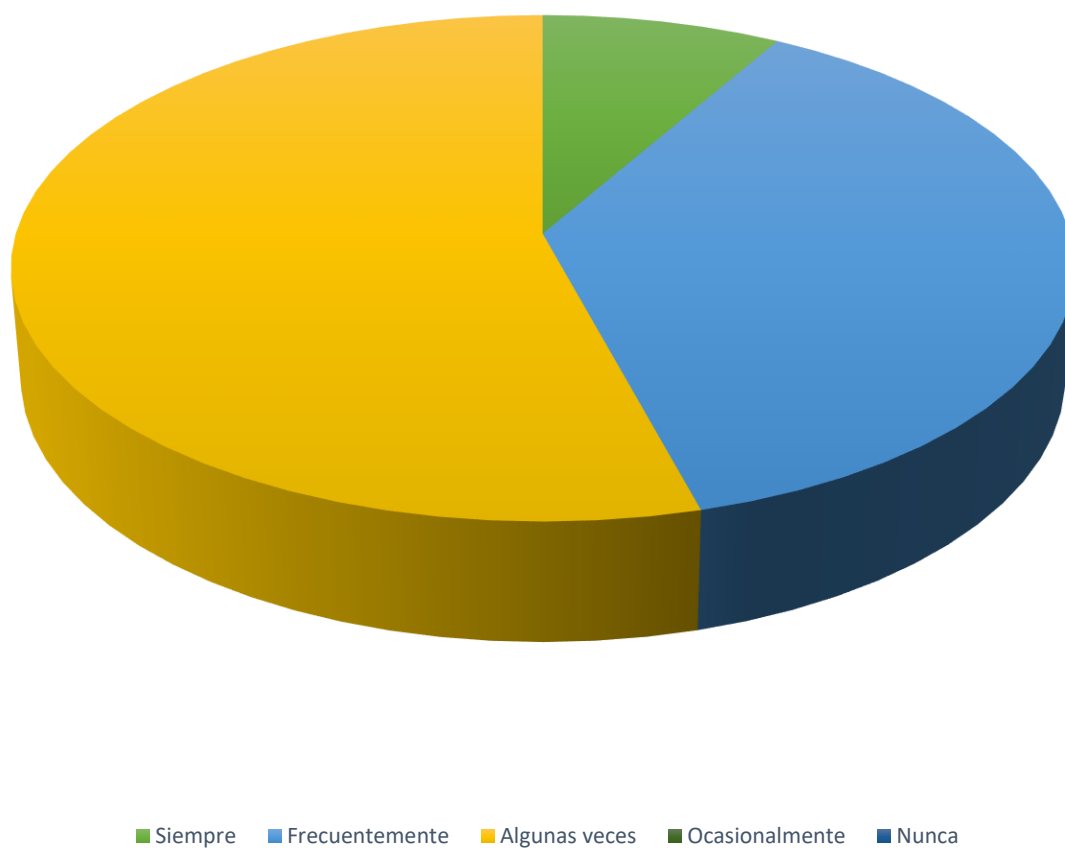


*Fuente: encuesta efectuada a colaboradores de Prensa Libre*

**Interpretación:** el 50 por ciento de los colaboradores encuestados asegura que las instrucciones que recibe de su jefe frecuentemente son claras y precisas.

**Gráfica 13**

¿Cree que la comunicación en su ambiente laboral es fluida y sincera?

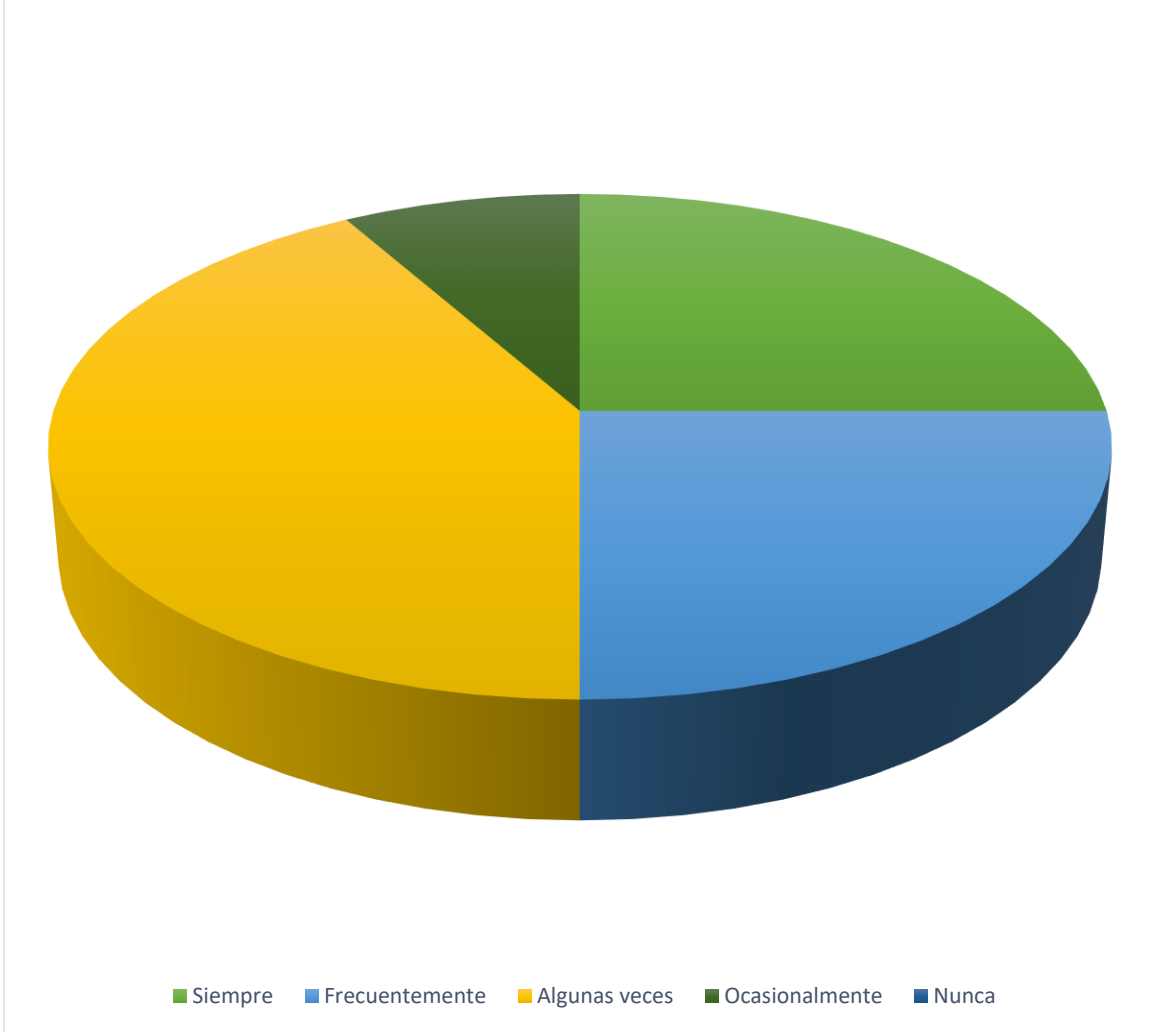


*Fuente: encuesta efectuada a colaboradores de Prensa Libre*

Interpretación: únicamente el 8.3 por ciento de los 24 colaboradores encuestados opina que la comunicación siempre es fluida y sincera en su ambiente laboral. Mientras que el 54.2% refiere que esto solo ocurre algunas veces.

**Gráfica 14**

¿Creé que hay una buena coordinación y cooperación de parte de sus compañeros para resolver los problemas de su departamento?



*Fuente: encuesta efectuada a colaboradores de Prensa Libre*

**Interpretación:** el 41.7 por ciento de los encuestados opina que solo algunas veces hay una buena coordinación y cooperación de parte d sus compañeros para resolver los problemas de su departamento; sin embargo, el 25 por ciento dice que siempre hay buena coordinación y cooperación.

## **1.5. RADIOGRAFÍA DE LA INSTITUCIÓN FODA**

### **Fortalezas**

Se cuenta con un amplio y variado equipo de trabajo, quienes todos los días entran en contacto con fuentes de información que puede ser usada para alimentar la agenda de Prensa Libre.

Los reporteros están dotados con equipo y conocimiento técnico que les permite mantenerse conectados todo el tiempo.

El medio de comunicación también cuenta con un equipo de desarrolladores Web que pueden facilitar herramientas para simplificar el trabajo de alimentar la agenda.

### **Oportunidades**

Gran parte del equipo que aún no generan contenido para la agenda están dispuestos a colaborar porque consideran que tienen contacto con información de eventos.

Los procesos de elaboración de eventos para las agendas de Prensa Libre pueden mejorarse.

Los jefes prestan atención a las sugerencias de sus equipos de trabajo para generar nuevas e innovadoras formas de crear y presentar los contenidos a la audiencia.

### **Debilidades**

Los colaboradores opinan que no se les da el espacio suficiente a las agendas de eventos.

Actualmente algunos colaboradores hacen menos de cinco entradas o notas de agenda a la semana y toman más de media hora para crear un evento en la agenda.

Actualmente no hay una plataforma que pueda ser usada por todos los colaboradores para llenar los contenidos de una agenda digital y no existen procesos establecidos para llenar el contenido de la agenda.

### **Amenazas**

La falta de canales de comunicación entre las personas que alimentan contenido en las diferentes agendas de Prensa Libre puede complicar el proceso de elaboración o generar que se dupliquen notas.

Un número considerable de colaboradores opinan que solo algunas veces hay una buena coordinación y cooperación de parte de sus compañeros para resolver los problemas de su departamento.

Parte del recurso humano opina que la comunicación en su ambiente laboral no siempre es fluida ni sincera.

## CAPÍTULO II

### 2. PLAN DE COMUNICACIÓN

“Diseño e implementación de proceso para alimentar la agenda de eventos de Prensa Libre”

#### 2.1. ANTECEDENTES COMUNICACIONALES

En el diario Prensa Libre existen mesas de contenidos, las cuales están conformadas por reporteros y editores. Ciudades y Buena Vida son dos de ellas y parte de sus atribuciones es presentar contenido de eventos a los que los lectores pueden asistir. Además, el departamento de Contenidos comerciales también genera este tipo de información.

Lo anterior significa que en el citado medio ya se crean agendas de eventos; sin embargo, son esfuerzos aislados, por lo que se busca unificar el trabajo para crear una agenda que esté nutrida y brinde datos útiles a todos los segmentos de lectores que buscan ocupar su tiempo libre fuera de su vivienda.

Otro aspecto que tomar en cuenta es que las agendas que se crean actualmente no han trascendido del papel y actualmente existe la necesidad de crear una plataforma en línea a la que se pueda acceder por medio de dispositivos conectados a Internet como computadoras, tabletas y teléfonos inteligentes.

También es importante señalar que existen colaboradores que no están involucrados en la creación de agendas de eventos, pero sí reciben información que puede ser de utilidad para ese producto, por lo que integrarlos al proyecto puede ser de valor.

En conclusión, cada departamento que trabaja una agenda de eventos lo hace con sus propias fuentes y con sus propios procesos y la comunicación entre esos colaboradores no es óptima, lo que puede generar que se repita información o se dupliquen esfuerzos de forma innecesaria al crear un mismo evento dos veces, por ejemplo.

## 2.2. OBJETIVOS DE COMUNICACIÓN

### 2.2.1. Objetivo General

Presentar un plan de comunicación interno que permita implementar una estrategia para la elaboración de la agenda de eventos digital del diario Prensa Libre

### 2.2.2. Objetivos Específicos

- Mejorar los procesos de comunicación entre reporteros y editores.
- Implementar el uso de una plataforma digital en la que los reporteros y editores puedan dar a conocer a los lectores de Prensa Libre información sobre eventos de recreación abiertos al público.
- Efectuar una capacitación para que los colaboradores conozcan el proceso de elaboración de la agenda.

## 2.3. PÚBLICO OBJETIVO

Editores y reporteros de las mesas de contenidos antes descritas, así como también los del departamento de Contenidos comerciales, Deportes y el Hub Digital deberán recibir la formación necesaria para contribuir a la creación de contenido para la agenda de eventos.

**Aspectos demográficos:** El equipo de redacción de Prensa Libre está conformado por hombres y mujeres, en su mayoría, con edades entre los 25 a 50 años.

Gran parte de los reporteros y editores habitan en áreas urbanas de la ciudad capital de Guatemala. Y tienen una escolaridad alta, pues tienen estudios universitarios, licenciaturas y postgrados.

**Aspectos psicográficos:** Los colaboradores que integran la redacción de Prensa Libre son personas con disciplina, que gustan de la lectura y la adquisición de nuevos conocimientos.

El trabajo forma parte de sus prioridades, por lo que están en búsqueda de constante crecimiento.

**Aspectos socioeconómicos:** Según la posición que ocupen dentro del organigrama de Prensa Libre los salarios de los integrantes del equipo de redacción pueden ganar entre Q7 mil hasta Q35 mil mensuales.

Por lo que se puede definir que pertenecen a la clase media o media alta, formando parte de los niveles socioeconómicos C+ y C.

## 2.4. MENSAJE

### **“Prensa Libre debe ser el referente de consulta sobre actividades para hacer en las principales ciudades de Guatemala”.**

#### Opción 1

“Prensa Libre debe ser el referente de consulta sobre actividades para hacer en las principales ciudades de Guatemala”.

#### Opción 2:

“Los lectores de Prensa Libre deben confiar en el contenido de la agenda de eventos”.

#### Explicación:

se eligió la primera opción como mensaje porque engloba el objetivo que Prensa Libre persigue con la creación de una agenda de eventos y refiere de manera implícita lo que se espera de los colaboradores para que se este se alcance.



## 2.5. ESTRATEGIAS Y ACCIONES

<b>Estrategia 1: Desarrollar una plataforma digital para generar contenido para la agenda digital de eventos de Prensa Libre</b>	
A qué estrategia responde la acción	Establecer el proceso para elaborar contenido para la agenda de Eventos de Prensa Libre
Problema	No existe una Agenda de eventos digital para los lectores de Prensa Libre por lo que es necesario desarrollar una plataforma en la que se pueda crear contenido de eventos públicos para luego socializarlo en redes sociales y en el sitio Web del matutino.
Producto	Formulario de Sistema de Gestión de Contenidos
Objetivo comunicacional	Facilitar la creación de contenido
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Colaboradores de Prensa Libre
Medio de difusión	Capacitación y correo electrónico

<b>Estrategia 2: Diseño de procedimientos para crear eventos en la Agenda de eventos digital de Prensa Libre.</b>	
A qué estrategia responde la acción	Establecer el proceso para elaborar contenido para la agenda de Eventos de Prensa Libre
Problema	Los procesos de elaboración de la agenda no se encontraban unificados, ya que se llevaban a cabo de formas distintas según el área y los procesos eran erróneos y desordenados.
Producto	Estrategia para crear contenido
Objetivo comunicacional	Facilitar la creación de contenido
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Colaboradores de Prensa Libre
Medio de difusión	Capacitación

<b>Hora</b>	14 horas
<b>Lugar</b>	Redacción de Prensa Libre
<b>Expositor</b>	Epesista
<b>Tema</b>	Flujo de trabajo para selección y publicación de eventos en la Agenda de Prensa Libre.

<b>Estrategia 3: Capacitación a colaboradores</b>	
A qué estrategia responde la acción	Capacitar a los colaboradores
Problema	Los procesos de elaboración de la agenda no se encontraban unificados, ya que se llevaban a cabo de formas distintas según el área y los procesos eran erróneos y desordenados.
Producto	Charla informativa
Objetivo comunicacional	Informar
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Interno (empleados) y externo (colaboradores)
Medio de difusión	Correo electrónico

<b>Hora</b>	14 horas
<b>Lugar</b>	Redacción de Prensa Libre
<b>Expositor</b>	Epesista
<b>Tema</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Uso de la plataforma digital.</li> <li>• Curación de eventos para la agenda.</li> <li>• Manejo de fuentes.</li> <li>• Periodicidad de publicación.</li> <li>• Elementos que conforman la agenda</li> </ul>

<b>Estrategia 4: elaboración de un manual de procedimientos para crear eventos en la Agenda de eventos digital de Prensa Libre.</b>	
A qué estrategia responde la acción	Capacitar a los colaboradores a que generen contenido para la Agenda de eventos de Prensa Libre
Problema	Los procesos de elaboración de la agenda no se encontraban unificados, ya que se llevaban a cabo de formas distintas según el área y los procesos eran erróneos y desordenados.
Producto	Manual
Objetivo comunicacional	Informar
Tipo de mensaje	Informativo
Público objetivo	Colaboradores de Prensa Libre
Medio de difusión	Correo electrónico

## CAPÍTULO III

### 3. INFORME DE EJECUCIÓN

#### 3.1. PROYECTO DESARROLLADO

##### “PLAN DE COMUNICACIÓN PARA FORTALECER LA COMUNICACIÓN INTERNA EN EL DEPARTAMENTO DE REDACCIÓN DE PRENSA LIBRE”

El plan de comunicación fue implementado para que los colaboradores de la redacción de Prensa Libre que tienen contacto con información de eventos pudieran colaborar con la creación de contenidos para la Agenda de Prensa Libre, que, como parte de este proyecto de EPS, fue lanzada el 15 de julio último.

Con la implementación del plan se logró capacitar a 20 colaboradores para que generen contenido para la mencionada Agenda; sin embargo, debido a una desvinculación de colaboradores que hubo en la empresa, fue necesario replantear el proyecto para dejar a una sola persona a cargo de generar el contenido.

El producto se lanzó con éxito el 15 de julio y la audiencia de Prensa Libre ya puede mantenerse al tanto de los eventos deportivos, culturales, familiares y gastronómicos que ocurren en el país.

##### 3.1.1. Financiamiento

La ejecución del plan de comunicación se llevó a cabo gracias al financiamiento en conjunto del epesista, 48 por ciento y la empresa Prensa Libre, 52%.

Además, la mencionada empresa facilitó las instalaciones en las que se llevó a cabo la implementación del plan.

Financiamiento	Monto
Epesista	Q12,300.00
Empresa	Q16,350.00

*Fuente: Pablo Ricardo Juárez*

### 3.1.2. Presupuesto ejecutado

A continuación, se detallan los rubros que debieron ser costeados para llevar a cabo con éxito y en el tiempo establecido la ejecución del plan de comunicación, dentro del mismo se consigna el monto invertido y la parte (epesista o empresa) que se encargó del gasto.

Cantidad	Detalle	Costo unitario	Costo total	Financiamiento
1	Asesoría para implementar plan de comunicación en Prensa Libre, con el cual se capacita a colaboradores	Q 12,000.00	Q 12,000.00	Epesista
1	Honorarios desarrollador Web	Q 8,000.00	Q 8,000.00	Prensa Libre
1	Honorarios diseñador Web	Q 8,000.00	Q 8,000.00	Prensa Libre
	Combustible	Q300	Q300	Epesista
	Teléfono	Q 300	Q300	Prensa Libre
	Café y agua pura, servidos durante las capacitaciones	Q50	Q50	Prensa Libre
		Total del proyecto	Q28 mil 650	Q28 mil 650

### 3.1.3 Beneficiarios

Se benefició a cuatro editores y 16 reporteros de la redacción de Prensa Libre, quienes fueron capacitados para generar contenido para la Agenda de Eventos.

La empresa también se benefició porque la Agenda de Eventos de Prensa Libre permitirá alcanzar a una mayor audiencia, mientras que el lector de Prensa Libre ahora cuenta con una plataforma de información confiable sobre actividades en las que puede ocupar su tiempo libre.

### 3.1.4. Recursos Humanos

El plan de comunicación se pudo llevar a cabo gracias a la disponibilidad de la empresa para que sus colaboradores fueran capacitados.

Nombre	Cargo	Actividad
Doménica Velásquez	Directora editorial	Respaldo al plan de comunicación
Patricia Orellana	Editores Buena Vida	Apoyo coordinación de reporteros
Lucrecia Choy	Editores proyectos multimedia	Apoyo coordinación de reporteros
Claudia Castro	Editores de deportes	Apoyo coordinación de reporteros
Pablo Juárez	Reportero	Capacitación a reporteros

### 3.1.5. Área geográfica de la acción

El plan de comunicación se ejecutó en la redacción central de Prensa Libre, en la 13 calle 9-31 zona 1 de la Ciudad de Guatemala. Las reuniones y capacitaciones se llevaron a cabo en el tercer piso del edificio.

## 3.2. ESTRATEGIA Y ACCIONES

El plan de comunicación desarrollado se centró en la capacitación de los reporteros para el uso de la plataforma que alimenta de contenido a la Agenda de Eventos de prensa libre; así como la curación de los mismos, para que la selección que se ofrece en ese espacio sea de primera calidad.

Se trabajó en la implementación de una plataforma de sistema de gestión de contenidos (CMS) para que los reporteros y editores puedan alimentar la mencionada agenda.

### Nombre de la estrategia 1

Desarrollar una plataforma digital para generar contenido para la agenda digital de eventos de Prensa Libre

### Objetivo comunicacional

Al contar con una plataforma digital de contenido que sea sencilla de utilizar y que esté diseñada para recibir toda la información que se necesita conocer de un evento, se facilita la labor de creación del contenido para la Agenda que Prensa Libre ofrece a sus lectores.

### Descripción

Se trabajó junto a los desarrolladores Web un formulario, el cual debe llenarse con la información de los eventos para que los lectores conozcan qué actividades pueden realizar durante su tiempo libre.

### Acciones desarrolladas

- Redactar formulario con los campos necesarios para que los eventos de la Adenda tengan toda la información necesaria para el lector.
- Validación de formulario con jefa de redacción
- Enviar el formulario al desarrollador Web

### Imagen de la acción desarrollada

La imagen muestra una interfaz de usuario de un CMS con el título 'General'. Los campos de formulario incluyen: 'Document name:' con un campo de texto; 'Portada:' con un botón de selección; 'Titulo:' con un campo de texto; 'Imagen:' con un botón 'Upload file'; 'Extracto:' con un campo de texto; 'Contenido:' con un área de texto grande; 'Url Externa (Facebook, Twitter, Otro sitio, etc):' con un campo de texto; y 'Texto Url Externa:' con un campo de texto y un botón 'Ver más'.

Captura de pantalla del CMS empleado para crear contenido para la Agenda de eventos de Prensa Libre

## Nombre de la estrategia 2

Diseño de procedimientos para crear eventos en la Agenda de eventos digital de Prensa Libre.

### Objetivo comunicacional

Una vez creada la plataforma digital que se empleará para la creación de contenido, se necesita desarrollar una serie de pasos ordenados y establecer a los responsables de realizarlos. Establecer un proceso eficiente facilitar la creación de contenido.

### Descripción

El flujo de trabajo comienza con la búsqueda de la información, se obtienen todos los datos del evento y una imagen. Luego se ingresan en el sistema para la publicación en la sección de Agenda, en el sitio Web de Prensa Libre.

### Acciones desarrolladas

- Enumerar los pasos a seguir para la creación de un evento en la Agenda de Prensa Libre.
- Determinar la forma más eficiente de llevar cada paso.
- Asignar a los responsables de cada paso del proceso

## Nombre de la estrategia 3

Capacitación a reporteros y editores de la redacción de Prensa Libre

### Objetivo comunicacional

Informar a los reporteros y editores sobre el proceso correcto de creación de contenido.

### Descripción

Se llevó a cabo una capacitación a los reporteros y editores de la redacción de Prensa Libre para instruirlos sobre el uso del CMS y el flujo de trabajo.

<b>Hora</b>	14 horas
<b>Lugar</b>	Redacción de Prensa Libre
<b>Expositor</b>	Epesista
<b>Tema</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Uso de la plataforma digital.</li><li>• Curación de eventos para la agenda.</li><li>• Manejo de fuentes.</li><li>• Elementos que conforman la agenda</li></ul>

### Acciones desarrolladas

- Separar al equipo de reporteros y editores en tres grupos y agendar capacitación para cada grupo.
- Determinar los temas que se tratarán en la capacitación y elaborar una presentación para proyectarla en la capacitación.

## Imagen de la acción desarrollada

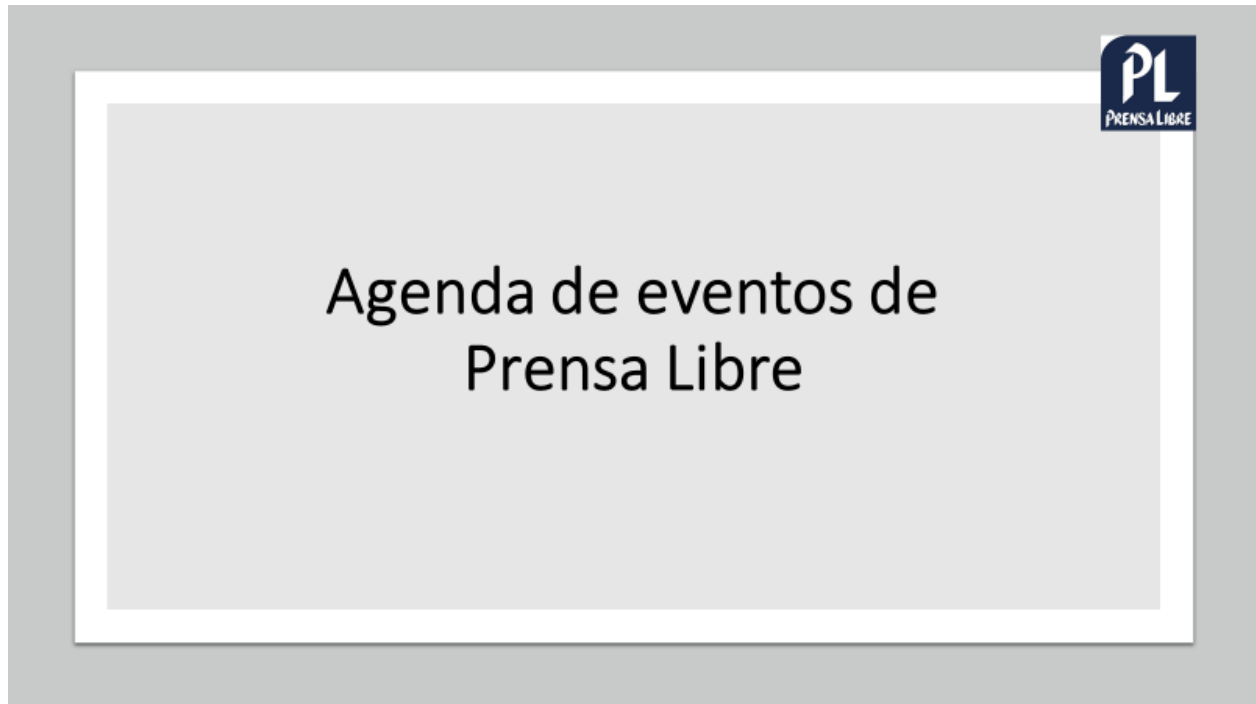


Lámina informativa presentada durante la capacitación brindada a los reporteros y editores de Prensa Libre. Proyecto a cargo por epesista Pablo Ricardo Juárez Andrino.

A presentation slide with a light gray background. In the top right corner, there is a dark blue square logo with the white letters 'PL' and the text 'PRENSA LIBRE' below it. On the left side, the text 'Para Prensa Libre' is written in a blue, sans-serif font. To the right of this text is a vertical line. Further to the right is a list of five bullet points in black text.

- La agenda de eventos es uno de los esfuerzos que este matutino lleva a cabo para posicionarse como el medio de referencia en plataformas digitales.
- Podremos acercarnos al lector para conocer sus intereses.
- Esta iniciativa nos facultará para encontrar nuevas formas de monetizar el contenido, así como encontrar nuevos modelos de negocio.
- Permitirá formar alianzas con nuevos socios comerciales.
- Es un producto que tiene potencial de crecimiento a nivel regional.

Lámina informativa presentada durante la capacitación brindada a los reporteros y editores de Prensa Libre. Proyecto a cargo por epesista Pablo Ricardo Juárez Andrino.

## ¿A quién va dirigido?

- Hombres y mujeres de entre 18 y 45 años
- Hombres y mujeres arriba de 50 años que no tienen personas que dependan de ellos (nido vacío)
- Son trabajadores, universitarios o emprendedores. Usan Facebook, prensa e Internet para informarse sobre los eventos a los que asisten.

Lámina informativa presentada durante la capacitación brindada a los reporteros y editores de Prensa Libre. Proyecto a cargo por epesista Pablo Ricardo Juárez Andrino.



### ¿Cuáles son los valores que lo caracteriza?

- ✓ **Calidad** (Contenido y UX)
  - ✓ **Personalización**
  - ✓ **Accesos**
  - ✓ **Variedad**
- 
- ✓ Recompensa
  - ✓ Ahorro de tiempo
  - ✓ Reducción de costos
  - ✓ Reducción de esfuerzos
  - ✓ Sentido de Pertenencia
  - ✓ Estética / UX

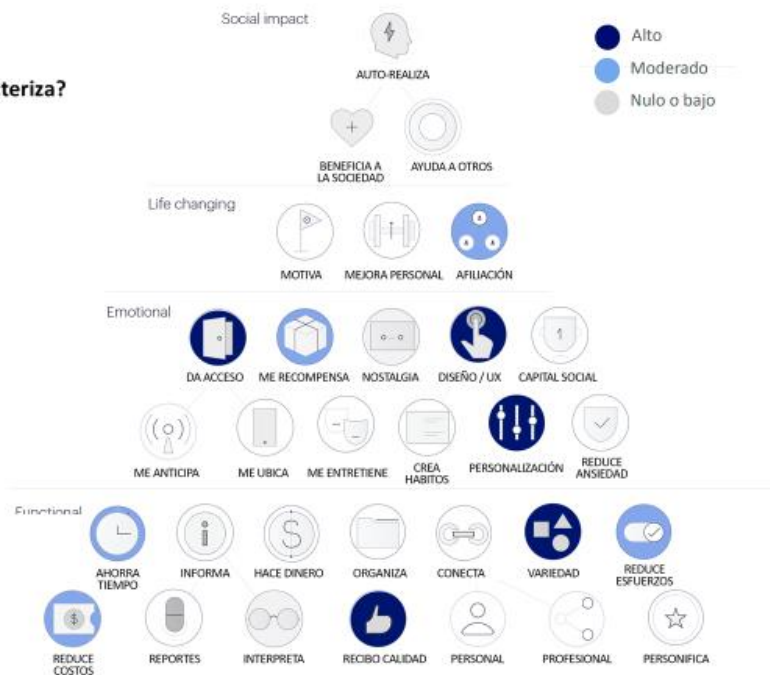


Lámina informativa presentada durante la capacitación brindada a los reporteros y editores de Prensa Libre. Proyecto a cargo por epesista Pablo Ricardo Juárez Andrino.



## Dos pilares

- Precisión
- Experiencia de usuario (Mobile first)

Lámina informativa presentada durante la capacitación brindada a los reporteros y editores de Prensa Libre. Proyecto a cargo por epesista Pablo Ricardo Juárez Andrino

## ¿Cómo elegir los eventos?

- ¿Es un evento público?
- ¿Proviene de una fuente confiable?
- ¿Cuento con toda la información?
- ¿Llevaría a ese evento a mis amigos, mi pareja o mi familia?
- ¿El evento se ajusta a los valores de Prensa Libre?

Lámina informativa presentada durante la capacitación brindada a los reporteros y editores de Prensa Libre. Proyecto a cargo por epesista Pablo Ricardo Juárez Andrino.

## Recomendaciones

- Antes de subir un evento consultar en la agenda para asegurar que no haya sido creado anteriormente.
- Llamar para confirmar la información del evento cuando sea posible.
- Dar seguimiento a los eventos porque estos pueden cancelarse o cambiar de fecha, hora o lugar.
- Considerar que un evento puede caer en dos o más categorías, en ese caso se deberá ingresar manualmente en los apartados que corresponda.
- Dirigirse al lector de la forma que se hace en las notas de Prensa Libre.

Lámina informativa presentada durante la capacitación brindada a los reporteros y editores de Prensa Libre. Proyecto a cargo por epesista Pablo Ricardo Juárez Andrino.

## Categorías de eventos

- Cine y teatro
- Actividades familiares
- Conciertos
- Deportes
- Expediciones y viajes
- Gastronomía
- Exposiciones y convenciones
- Vida nocturna

Lámina informativa presentada durante la capacitación brindada a los reporteros y editores de Prensa Libre. Proyecto a cargo por epesista Pablo Ricardo Juárez Andrino.



Fotografías de la capacitación brindada a reporteros y editores de la redacción de Prensa Libre acerca de la elaboración de la Agenda de eventos digital. Proyecto a cargo del epesista Pablo Ricardo Juárez Andrino.

### 3.3. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Mes	Mayo				Junio				Julio			
Actividad	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Planteamiento del plan de comunicación a desarrollar	■											
Recolección del material necesario para dar a conocer al personal a quien irá dirigido el plan.	■											
Identificar al personal que trabajará en la agenda		■										
Envío de correo a los colaboradores para darles a conocer el plan.		■										
Reunión con desarrollador digital para conocer el funcionamiento de la plataforma virtual que se usará para crear el contenido de la agenda				■								
Capacitación a primero grupo sobre procesos de elaboración de la agenda y los elementos que la conforman y sobre el uso de la plataforma virtual para crear eventos en la agenda.					■							
Capacitación a primero grupo sobre procesos de elaboración de la agenda y los elementos que la conforman y sobre el uso de la plataforma virtual para crear eventos en la agenda.						■						
Capacitación a primero grupo sobre procesos de elaboración de la agenda y los elementos que la conforman y sobre el uso de la plataforma virtual para crear eventos en la agenda.							■					
Pruebas <i>offline</i> de la creación de entradas para la agenda de eventos.								■	■	■		
Creación de contenido para la Agenda de Eventos							■	■	■	■		
Lanzamiento de la Agenda de Eventos										■		

Fuente: <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/diagramas-de-gantt/que-es-un-diagrama-de-gantt-y-para-que-sirve>

### 3.4 CONTROL Y SEGUIMIENTO

Estrategia	Acciones	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Desarrollar una plataforma digital para generar contenido para la agenda digital de eventos de Prensa Libre	-Redactar formulario con los campos necesarios para que los eventos de la Adenda tengan toda la información necesaria para el lector. -Validación de formulario con jefa de redacción -Enviar el formulario al desarrollador Web	Se desarrollará un formulario con 15 campos para llenar para la creación de contenido en la Agenda de eventos digital de Prensa Libre.	Los eventos que se creen en la agenda deben incluir toda la información que requiere el público que desea asistir.
Diseño de procedimientos para crear eventos en la Agenda de eventos digital de Prensa Libre.	-Enumerar los pasos a seguir para la creación de un evento en la Agenda de Prensa Libre. -Determinar la forma más eficiente de llevar cada paso. -Asignar a los responsables de cada paso del proceso	Los colaboradores deberán tomar entre 15 y 20 minutos para crear un evento en la Agenda digital de Prensa Libre.	El flujo del procedimiento deberá ser claro, ordenado y preciso.
Capacitación a reporteros y editores de la redacción de Prensa Libre	-Separar al equipo de reporteros y editores en tres grupos. -Agendar capacitación para cada grupo. -Determinar los temas que se tratarán en la capacitación, según el procedimiento de elaboración y el uso de la plataforma digital que se empleará para crear los eventos. -Elaborar una presentación para proyectarla en la capacitación. -Reunir a cada uno de los tres grupos y brindar la capacitación.	16 reporteros y 4 editores deberán ser capacitados sobre los procesos de elaboración de la Agenda de Eventos de Prensa Libre	Los participantes deberán crear eventos en la agenda para evidenciar el conocimiento adquirido en la capacitación.
Estrategia	Acción	Indicadores cuantitativos	Indicadores cualitativos
Capacitar a editores y reporteros	Reunir a los reporteros y editores que tienen acceso a información de eventos para brindarles una capacitación sobre la generación de contenido para la Agenda de Prensa Libre.	16 reporteros y 4 editores fueron capacitados en los procesos de elaboración de la Agenda de Eventos de Prensa Libre	Los participantes demostraron su capacidad de elaborar contenido para la agenda de Prensa Libre.

Fuente: Pablo Juárez Andrino

## CONCLUSIONES

- Los medios de comunicación deben adoptar los contenidos digitales y ofrecer variedad al lector porque en ese campo hay mucha oferta de sitios a los que se puede acceder.
- Es necesario que los reporteros y editores estén actualizado en cuando a la forma de acceder y generar contenido digital.
- La audiencia es lo más importante para Prensa Libre por lo que es importante hacer esfuerzos para generar contenido innovador y relevante para mantener su fidelidad.
- La comunicación entre editores, reporteros y los integrantes del consejo editorial es importante para que los flujos de trabajo operen de manera eficiente.
- Centralizar la información, en este caso los eventos, puede ayudar a tener un manejo más ordenado de los datos y no duplicar esfuerzos.

## RECOMENDACIONES

- Es necesario promover a los contenidos digitales como el futuro de los medios de comunicación y entender que el papel pasará a un plano secundario, por lo que se deben implementar estrategias que promuevan este tipo de contenidos.
- Implementar programas de actualización constante para los reporteros y editores en temas de búsqueda y creación de contenido digital.
- Se debe motivar a los reporteros y editores para que estén en constante búsqueda de contenido y formas innovadoras de presentarlo a los lectores, pueden buscarse ejemplos en el contenido que generan los principales medios de comunicación internacionales.
- Debe evaluarse semestralmente la comunicación interna entre editores, reporteros y el consejo editorial, para evitar que las barreras afecten los procesos de creación de contenido y mejorar el clima laboral.
- Se debe dar continuidad al proceso de elaboración de Agenda de Eventos para mejorar el flujo de trabajo de ese producto.

## GLOSARIO

**Agenda:** Libro, cuaderno o dispositivo electrónico en que se apunta, para no olvidarlo, aquello que se ha de hacer.

**Audiencia:** Grupo de personas que reciben la información determinada por el emisor.

**Beneficiario:** Dicho de una persona: Que resulta favorecida por algo.

**Calendario:** Distribución de determinadas actividades en distintas fechas a lo largo de un año.

**Capacitación:** Acción y efecto de capacitar.

**Capacitar:** Hacer a alguien apto, habilitarlo para algo.

**Comunicación:** Acción de comunicarse. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

**Cronograma:** Calendario de trabajo.

**Diagnóstico:** Calificación que se realiza en una situación específica, puede ser enfermedad o un problema general.

**Editores:** Son responsables de la publicación de información general, estilo y redacción.

**Ejecución:** Llevar a la práctica una tarea determinada. Cumplimiento de un proyecto.

**Estrategia:** Serie de acciones muy meditadas, encaminadas hacia un fin determinado.

**Evento:** Suceso importante y programado, de índole social, académica, artística o deportiva

**Financiamiento:** Acción y efecto de financiar.

**Herramientas interactivas:** Son todos los elementos que se utilizan en los contenidos en internet, pueden ser videos, fotografías, links, y otros.

**Historia:** Narración y exposición de los acontecimientos pasados y dignos de memoria, sean públicos o privados.

**Lector:** Que lee o tiene el hábito de leer.

**Links:** Rutas o direcciones informáticas que sirven para encontrar contenido determinado en el internet.

**Matutino:** Término con el que también se le llama a un periódico cuya circulación ocurre durante la mañana.

**Medio de comunicación:** Instrumentos o canales que se utilicen para publicar y transmitir información.

**Medios digitales:** Son sitios de internet que publican información novedosa para un público determinado.

**Mensaje:** Recado que envía alguien a otra persona.

**Presupuesto:** Cómputo anticipado del coste de una obra o de los gastos y rentas de una corporación.

**Plan:** Modelo sistemático de una actuación pública o privada, que se elabora anticipadamente para dirigirla y encauzarla.



**Plataforma:** Entorno informático determinado, que utiliza sistemas compatibles entre sí.

**Público:** Conjunto de personas que forman una colectividad.

**Público Objetivo:** Es un término que se emplea en el ámbito del marketing y la publicidad. El concepto hace referencia a un consumidor representativo e ideal al cual se dirige una campaña o al comprador al que se aspira a seducir con un producto o un servicio.

**Redes sociales:** Son sitios de internet que permiten a las personas conectarse con sus amigos e incluso realizar nuevas amistades, de manera virtual, y compartir contenidos, interactuar, crear comunidades sobre intereses similares.

**Reportero:** Persona que reporta noticias para un medio de comunicación.

**Sitio web:** Es un lugar virtual que se utiliza para publicar diferente tipo de contenido.

**Sistema de Gestión de Contenidos:** es un programa informático que permite crear una estructura de soporte para la creación y administración de contenidos en páginas web.

**Social Media Manager:** Persona encargada de la administración de los perfiles en redes sociales de una empresa.

**Web:** Conjunto de información que se encuentra en una dirección determinada de internet

## **BIBLIOGRAFÍA**

Roberto Hernández Sampieri (2006) Metodología de la investigación (4ª. ed.). Ciudad de México: Editorial McGraw-Hill.

Horacio Cabezas (2010). Metodología de la investigación (1ª. ed.). Guatemala: Editorial Piedra Santa.

Sierra Bravo (1998). Técnicas de investigación social (9ª. ed.). España: Editoriales Paraninfo S.A.

Miguel Ángel Méndez Zetina (2007) Manuel de Estilo de Prensa Libre (1ª. ed.). Guatemala: Prensa Libre S.A.

Piloña Ortiz, G. A. (1998). Guía práctica sobre métodos y técnicas de investigación documental y de campo. (2ª. ed.). Guatemala, Centro de Impresiones Gráficas.

## **E-GRAFÍA**

Diccionario de la Real Academia Española. (2017). RAE. (s.f.)

Extraído de <http://www.rae.es/>

Fundación del Español Urgente. (2017). Fundéu (s.f.). Extraído

Extraído de [www.fundeu.com](http://www.fundeu.com)

Versión digital de Prensa Libre. (2017), Prensa Libre (s.f.). Extraído

Extraído de [www.prensalibre.com.gt](http://www.prensalibre.com.gt)

Metodología de la investigación. (2009), Colmundo, Bucaramanga. Extraído

Extraído de [www.manuelgalan.blogspot.com](http://www.manuelgalan.blogspot.com)

## ANEXOS

### Transcripción completa de las entrevistas

**Entrevista con Ingrid Reyes, editora comercial y encargada de la agenda de Weekend.**

**¿Considera importante que Prensa Libre cuente con un espacio en el que se ofrezca información sobre eventos sociales a los cuales los lectores puedan asistir? ¿Por qué?**

Considero que es importante porque es una referencia, siempre lo ha sido. La agenda tiene un espacio relevante en papel y aún falta trabajo para alcanzar ese nivel en lo digital. En Guatemala hay otros portales que hacen agendas de eventos y Prensa Libre no es un referente en ese sentido

**¿Cuál es el proceso para alimentar la agenda de eventos de su sección?**

Durante la semana estamos alerta a las actividades de eventos que vemos en la calle, por correos electrónicos que nos llegan y las redes sociales también son una buena fuente.

La publicación sale los viernes, entonces el jueves y viernes de la semana anterior estamos alerta de las actividades que nos puedan servir para la agenda. Cosas que se ven en la calle, invitaciones, correos electrónicos o las redes sociales son buenas fuentes de información.

Actualmente nuestra agenda se divide en cultura, tecnología, entretenimiento, cocina y viajes, entonces colocamos los eventos dentro de esas categorías. No hay una guía o manual, lo que hacemos es ver los espacios disponibles en el sistema y los llenamos. A veces, si es necesario, le pedimos un cambio a la gente encargada de la diagramación. Luego evaluamos si algunos temas estarán en digital y le pedimos al community manager que lo suba a las redes sociales.

**¿Cómo considera que ese proceso puede mejorarse?**

Es necesario que haya buena comunicación entre todos los departamentos que elaboran agendas de eventos en Prensa Libre porque no están abiertos los canales y falta comunicación interna. Se podría pensar en una plataforma digital que permita la comunicación entre todos para saber qué eventos se están incluyendo en las agendas, así podremos estar en sintonía.

También es necesario ser muy estricto en la confirmación de los eventos para que no haya información errónea. Y si es digital que los datos puedan actualizarse para corregir las imprecisiones.

**En su opinión, ¿es necesario que más colaboradores se sumen a los esfuerzos por generar contenido para las agendas de eventos de Prensa Libre?**

Por lo menos entre Tónica y Weekend y Aula, somos seis personas y tratamos de compartirnos la información. Lo que sí es necesario es que todos se involucren en compartir los datos que les reciben. Algunos colaboradores ya lo hacen, pero es necesario que todos se sumen.

## **¿Creé que en Guatemala se genera suficiente información para mantener alimentada una agenda de eventos sociales?**

Siempre está pasando algo. En los departamentos ocurren muchos eventos que no estamos tomando en cuenta, por ejemplo, un importante festival gastronómico que se celebra en Izabal.

## **Además de los datos básicos de los eventos (lugar, fecha, hora, precios, etc.), ¿qué otra información considera que puede enriquecer la agenda de Eventos de Prensa Libre para dar un valor agregado al lector?**

Habría que ver la posibilidad de agregar ofertas, por ejemplo, el Teatro Lux tendrá 2 por 1 en entradas este viernes para una obra; esos datos son valiosos para los lectores. También pensar en información que podría ser llamativa o datos curiosos de los eventos. Si es digital se puede poner un mapa de cómo llegar al lugar.

## **Entrevista con Keneth Cruz, coeditor de Buena Vida y encargado de la agenda Web de esa sección.**

## **¿Considera importante que Prensa Libre cuente con un espacio en el que se ofrezca información sobre eventos sociales a los cuales los lectores puedan asistir? ¿Por qué?**

Es fundamental que el medio con referencia en el país cuente con un espacio en el que informe sobre la diversidad de actividades. Tomando en cuenta que el guatemalteco siempre necesita qué hacer en su tiempo libre.

## **¿Cuál es el proceso para alimentar la agenda de eventos de su sección?**

Se contacta a músicos, promotores, y se agrega la información básica. En otras ocasiones, los interesados en aparecer en la agenda envían la información (teatro, cine, libros, etc.)

## **¿Cómo considera que ese proceso puede mejorarse?**

Automatizarlo. Debe de existir una buena plataforma en la que se ingresen las actividades con campos básicos (lugar, fecha, hora, costo, etc.) y que su publicación esté desde la portada de la página, es decir, que el espacio web sea visible en todo momento.

## **En su opinión, ¿es necesario que más colaboradores se sumen a los esfuerzos por generar contenido para las agendas de eventos de Prensa Libre?**

En definitiva. Debido a que cada uno tiene intereses generales. Personalmente me he centrado en la música, que es un campo que me apasiona. Sin embargo, en la sección hay gente que puede alimentar temáticas como Teatro, Cine, Mascotas, Charlas, Literatura, Moda, Tecnología, conferencias, entre otras.

## **¿Creé que en Guatemala se genera suficiente información para mantener alimentada una agenda de eventos sociales?**

Guatemala es un país que ofrece infinidad de actividades y sí es posible alimentar una oferta de entretenimiento para el usuario.

**Además de los datos básicos de los eventos (lugar, fecha, hora, precios, etc.), ¿Qué otra información considera que puede enriquecer la agenda de Eventos de Prensa Libre para dar un valor agregado al lector?**

Puede ser una nota o link a una nota del evento (quizás no en todos, pero los más grandes y con eso aprovechamos el tráfico para las métricas.) Videos, audios, animaciones, todo aquel material que se complemente e ilustre.

**Entrevista con Alfredo Vicente, coeditor de Buena Vida y responsable de elaborar la agenda de eventos de esa sección en el formato de papel.**

**¿Considera importante que Prensa Libre cuente con un espacio en el que se ofrezca información sobre eventos sociales a los cuales los lectores puedan asistir? ¿Por qué?**

Es sumamente importante porque es una de las solicitudes más frecuentes de lectores de nuestra sección (Buena Vida). Cuando hemos tenido feedback nos han dicho que quieren enterarse más de eventos locales. También es importante porque se fomenta la cultura, no solo se informa.

**¿Cuál es el proceso para alimentar la agenda de eventos de su sección?**

No hay un proceso definido, ya que no hay un día específico que deba publicarse agenda, pero en Buena Vida tenemos dos páginas (a veces una) diaria de noticias mezcladas, y tratamos de que al menos tres veces o cuatro a la semana se publique una agenda de entre 4 y 6 eventos. Muy puntual, breve, con lo básico (descripción, lugar, hora, costo)

**¿Cómo considera que ese proceso puede mejorarse?**

Podría mejorarse dándole más espacio a la agenda y, en la web, contando con un sistema más fácil que el actual para introducir datos de agenda

**En su opinión, ¿es necesario que más colaboradores se sumen a los esfuerzos por generar contenido para las agendas de eventos de Prensa Libre?**

Definitivamente, todos deberían estar involucrados en estar al tanto y crear eventos, sobre todo culturales, para difundir esto que tanto necesita la población

**¿Creé que en Guatemala se genera suficiente información para mantener alimentada una agenda de eventos sociales?**

Sí, hace algunos años creía que no había suficiente información o eventos culturales y sociales, pero con el auge de las redes sociales, nuevas plataformas, nuevos medios y espacios culturales me di cuenta que la realidad es otra. De hecho, diría que es lo contrario: hay tantas ofertas sociales y culturales que no nos alcanza el espacio y el tiempo para cubrirlas todas, y por ende muchas personas se las pierden o no se enteran

**Además de los datos básicos de los eventos (lugar, fecha, hora, precios, etc.), ¿Qué otra información considera que puede enriquecer la agenda de Eventos de Prensa Libre para dar un valor agregado al lector?**

Creo que el enriquecimiento sería más bien en cuestiones de diseños. Tener una página atractiva con fotos grandes y toda la información necesaria del evento. Que al hacerle click me pudiera llevar a la página del evento en Facebook por ejemplo. Pero más que eso, que esa agenda estuviera constantemente actualizada y bien ordenada, para convertirse en un referente de actividades a nivel nacional (o de la capital, al menos)

**Entrevista con Óscar García, reportero de Ciudades, quien en ocasiones se encarga de alimentar la agenda de esa sección.**

**¿Considera importante que Prensa Libre cuente con un espacio en el que se ofrezca información sobre eventos sociales a los cuales los lectores puedan asistir?**

Ya cuenta con una agenda en Ciudades, pero se debería incluir eventos de otras ciudades, como ferias, coronación de reinas y otras tradiciones.

**¿Por qué?**

Ampliar agenda de otras ciudades ayudaría a tener más audiencia en web y más lectores en papel.

**¿Cuál es el proceso para alimentar la agenda de eventos de su sección?**

Se busca eventos a través de redes y algunos que son informados por correo.

**¿Cómo considera que ese proceso puede mejorarse?**

Con la ayuda de corresponsales y podría ser habilitar un correo para que lectores manden agenda de algún evento, pero aclarar que no todo será publicado.

**En su opinión, ¿es necesario que más colaboradores se sumen a los esfuerzos por generar contenido para las agendas de eventos de Prensa Libre?**

Creo que por el momento no, habría que ver los resultados de una nueva estrategia.

**¿Creé que en Guatemala se genera suficiente información para mantener alimentada una agenda de eventos sociales?**

Si, mucha.

**Además de los datos básicos de los eventos (lugar, fecha, hora, precios, etc.), ¿Qué otra información considera que puede enriquecer la agenda de Eventos de Prensa Libre para dar un valor agregado al lector?**

En web algún video de referencia. En papel más fotos

## **Conclusiones de las entrevistas**

**Fecha: 1 de junio del 2018**

**Nombre: Ingrid Reyes**

**Cargo: editora comercial y encargada de la agenda del suplemento Weekend**

**Tipo de entrevista: estructurada**

**Objetivo: comunicacional**

Considera importante que exista un espacio en el que se ofrezcan a los lectores eventos a los cuales asistir y considera que se debe mejorar la comunicación entre los diferentes departamentos que actualmente manejan ese tipo de contenidos. Según ella, no es necesario integrar a más personas al proceso, pero sí se debe instruir a todos los colaboradores para que compartan el contenido que pueda ser relevante para la Agenda de Prensa Libre.

**Fecha: 1 de junio del 2018**

**Nombre: Keneth Cruz**

**Cargo: coeditor en la sección Buena Vida de Prensa Libre**

**Tipo de entrevista: estructurada**

**Objetivo: comunicacional**

Según Cruz la agenda es importante porque el guatemalteco siempre está en busca de formas de entretenerse en su tiempo libre. Para él el producto de la agenda puede mejorarse si se crea una plataforma digital con un formulario para llenar la información de los eventos y que estos se publiquen en un lugar visible de la página web principal de Prensa Libre. Opinó que es necesario que más personas se involucren en los procesos de la elaboración de la agenda porque de esta forma el contenido será más variado y enriquecido para el público.

**Fecha: 1 de junio del 2018**

**Nombre: Alfredo Vicente**

**Cargo: coeditor en la sección Buena Vida de Prensa Libre**

**Tipo de entrevista: estructurada**

**Objetivo: comunicacional**

Vicente considera que recibir información de eventos sociales a los que puedan asistir son unas de las principales solicitudes que hacen los lectores, al mismo tiempo, cuando se comparte esta información se promueve la cultura; además, dijo que es necesario contar una plataforma de uso sencillo para ingresar los eventos y darle más espacio a ese tipo de contenidos. De acuerdo con el coeditor se debe estar alerta de la información que se genere y pueda ser útil para alimentar la agenda de Prensa Libre. Vicente dice que tener una agenda que se actualice constantemente podría llevar a Prensa Libre a convertirse en un referente en cuanto a la difusión de eventos para satisfacer la demanda del público.

**Fecha: 1 de junio del 2018**

**Nombre: Óscar García**

**Cargo: reportero en la sección Ciudades de Prensa Libre**



**Tipo de entrevista: estructurada**

**Objetivo: comunicacional**

El reportero contó que las redes sociales y la información que le llega a su correo electrónico son sus principales fuentes. García considera que antes de pensar en integrar a más personas a los procesos de elaboración de agenda es necesario establecer una nueva estrategia. El reportero estuvo de acuerdo con el resto de entrevistados al opinar que sí hay suficiente contenido como para alimentar una agenda y es necesario agregar videos de referencia para la versión digi



## Modelo de la encuesta



### Encuesta

Encuesta dirigida a los colaboradores del departamento de Redacción de Prensa Libre. Lea cuidadosa mente cada pregunta y marque la opción que se aplique a su caso. En las preguntas 6 y 9 desarrolle sus respuestas de forma clara y concisa.

1. ¿Actualmente genera notas sobre conciertos, carreras benéficas, convenciones, exposiciones, tours u otros eventos sociales a los cuales los lectores de Prensa Libre pudieran asistir? (Si su respuesta es positiva pase a la pregunta 5, si su respuesta es negativa llegue hasta la pregunta 4 y luego pase a la 10)  

Sí                      No                      No lo sé
2. Si su respuesta fue negativa, ¿Estaría dispuesto a generar contenido para alimentar la Agenda de Eventos de Prensa Libre?  

Sí                      No                      Tal vez
3. ¿Cuánto tiempo de la semana estaría dispuesto a ocupar en generar contenido para la Agenda de Eventos de Tiempo Libre?  

Menos de 1 hora a la semana  
Entre 1 y 3 horas a la semana  
Más de 3 horas a la semana
4. ¿Considera que actualmente usted recibe información de sus fuentes que pueda ser de utilidad para alimentar la Agenda de Eventos de Prensa Libre?  

Sí                      No                      No lo sé
5. En promedio, ¿cuántas notas o entradas a la agenda redacta a la semana sobre conciertos, carreras benéficas, convenciones, exposiciones, tours u otros eventos sociales a los cuales los lectores de Prensa Libre pudieran asistir?  

Menos de 5                      Entre 5 y 10                      más de 10
6. ¿Qué fuentes de información emplea para generar ese tipo de contenido?  

---

---

---

---

7. ¿Cuánto tiempo le toma generar una nota o una entrada para la agenda de eventos?

Menos de 10 minutos

Entre 10 y 30 minutos

Más de 30 minutos

8. ¿Considera que se pueden mejorar el proceso de generar notas o una entrada para la agenda de eventos?

Sí

No

No lo sé

9. ¿Cómo considera que puede mejorarse?

---

---

---

10. ¿La atención que le brinda su jefe al momento de solucionar un problema es oportuna?

Siempre

Frecuentemente

Algunas Veces

Ocasionalmente

Nunca

11. ¿Las sugerencias u opiniones que usted le expresa a sus superiores son tomadas en cuenta?

Siempre

Frecuentemente

Algunas Veces

Ocasionalmente

Nunca

12. ¿Los problemas que se presentan en su puesto de trabajo con resueltos con su jefe?

Siempre

Frecuentemente

Algunas Veces

Ocasionalmente

Nunca

13. ¿Recibe retroalimentación de parte de sus superiores sobre las labores que desarrolla en la empresa?

Siempre

Frecuentemente

Algunas Veces

Ocasionalmente

Nunca

14. ¿Las instrucciones impartidas por su jefe son claras y precisas?

- Siempre
- Frecuentemente
- Algunas Veces
- Ocasionalmente
- Nunca

15. ¿Cree que la comunicación en su ambiente laboral es fluida y sincera?

- Siempre
- Frecuentemente
- Algunas Veces
- Ocasionalmente
- Nunca

16. ¿Creé que hay una buena coordinación y cooperación de parte de sus compañeros para resolver los problemas de su departamento?

- Siempre
- Frecuentemente
- Algunas Veces
- Ocasionalmente
- Nunca

## Vaciado de datos la encuesta

1. ¿Actualmente genera notas sobre conciertos, carreras benéficas, convenciones, exposiciones, tours u otros eventos sociales a los cuales los lectores de Prensa Libre pudieran asistir? (Si su respuesta es positiva pase a la pregunta 5, si su respuesta es negativa llegue hasta la pregunta 4 y luego pase a la 10)

Sí	No	No lo sé
18	6	0

2. Si su respuesta fue negativa, ¿Estaría dispuesto a generar contenido para alimentar la Agenda de Eventos de Prensa Libre?

Sí	No	Tal vez
4	1	2

3. ¿Cuánto tiempo de la semana estaría dispuesto a ocupar en generar contenido para la Agenda de Eventos de Tiempo Libre?

Menos de 1 hora a la semana	Entre 1 y 3 horas a la semana	Más de 3 horas a la semana
4	2	4

4. ¿Considera que actualmente usted recibe información de sus fuentes que pueda ser de utilidad para alimentar la Agenda de Eventos de Prensa Libre?

Sí	No	No lo sé
9	4	0

5. En promedio, ¿cuántas notas o entradas a la agenda redacta a la semana sobre conciertos, carreras benéficas, convenciones, exposiciones, tours u otros eventos sociales a los cuales los lectores de Prensa Libre pudieran asistir?

Menos de 5	Entre 5 y 10	Más de 10
14	4	3

6. ¿Qué fuentes de información emplea para generar ese tipo de contenido?

Agencias de relaciones públicas, Facebook y otros
Redes sociales y los organizadores.
Fuentes oficiales, vecinos, personajes, deportistas
Información de agencias de Relaciones Públicas, Internet
Organizadores
Centros comerciales, restaurantes, agencias y redes sociales
Promotores, músicos, managers, comunicados, etc.
Productores, músicos y otros artistas de varios géneros. Carteleras, eventos en Facebook.
asociaciones de bienestar animal y fundaciones y organizaciones educativas y de salud
Fundaciones y organizaciones que trabajan en favor de la educación
Facebook, boletines, web, email
Promotores de conciertos, teatros, empresas de cine, gestores culturales, galerías de arte, entre otros.
Relacionistas y los lugares de los eventos
Fundaciones, invitaciones personales, galerías de arte, páginas de lugares reconocidos, restaurantes, agencias de relaciones públicas que envían información, publicidad, boletines, prensa nacional.
Museos, el Zoológico, centros culturales
Fuentes primarias.
Organizadores de eventos, bandas,
Ministerio de Cultura y Deportes, Promotores de espectáculos
Museo Miraflores, Alianza Francesa, Fondo de Cultura Económica, Centro Cultural de España, Universidad Popular, Galerías de arte, etc.

7. ¿Cuánto tiempo le toma generar una nota o una entrada para la agenda de eventos?

Menos de 10 minutos	Entre 10 y 30 minutos	Más de 30 minutos
4	12	3

8. ¿Considera que se pueden mejorar el proceso de generar notas o una entrada para la agenda de eventos?

Sí	No	No lo sé
12	0	6

9. Cómo considera que puede mejorarse?

Generando una plantilla.
Generando un banco de fuentes que esté disponible para todos y facilitar el uso de sistema
Con Planificación y coordinación entre secciones para no repetir actividades
No sabría
Tener más opciones de eventos y dedicarles más tiempo
Que la institución esté dispuesta a invertir tiempo en esta temática.
Dando capacitación sobre el uso del CMS.
Hay eventos que merecen espacio más grande, pero eso depende de lo que nos asignen diariamente
Promoviendo la mejor participación de los trabajadores
Con una plataforma que haga "automático" el proceso.
Con casillas específicas para cada dato
Tomando un tiempo dedicado solo a ello porque se manejan diferentes proyectos. Generar la nota requiere no solo de llenarlo sino de investigar que si se realice la actividad, buscar la mejor fotografía, confirmar.
Creando una plataforma específica para eventos
Incluir más actividades de todo tipo (videojuegos, etc.).
Trabajo en equipo
Teniendo espacio para compartir esa información

10. ¿La atención que le brinda su jefe al momento de solucionar un problema es oportuna?

Siempre	Frecuentemente	Algunas veces	Ocasionalmente	Nunca
7	7	9	1	0

11. ¿Las sugerencias u opiniones que usted le expresa a sus superiores son tomadas en cuenta?

Siempre	Frecuentemente	Algunas veces	Ocasionalmente	Nunca
7	9	5	3	0

12. ¿Los problemas que se presentan en su puesto de trabajo con resueltos con su jefe?

Siempre	Frecuentemente	Algunas veces	Ocasionalmente	Nunca
4	12	6	1	1

13. ¿Recibe retroalimentación de parte de sus superiores sobre las labores que desarrolla en la empresa?

Siempre	Frecuentemente	Algunas veces	Ocasionalmente	Nunca
3	7	12	2	0

14. ¿Las instrucciones impartidas por su jefe son claras y precisas?

Siempre	Frecuentemente	Algunas veces	Ocasionalmente	Nunca
6	12	6	0	0

15. ¿Cree que la comunicación en su ambiente laboral es fluida y sincera?

Siempre	Frecuentemente	Algunas veces	Ocasionalmente	Nunca
2	9	13	0	0

16. ¿Creé que hay una buena coordinación y cooperación de parte de sus compañeros para resolver los problemas de su departamento?

Siempre	Frecuentemente	Algunas veces	Ocasionalmente	Nunca
6	6	10	2	0