

El crecimiento digital de Boyacasia7edias en tiempos del COVID-19



Facultad de Negocios Internacionales

Estudiante:

Lucas Emanuel Bautista Ruge

Bogotá

2020

El Crecimiento Digital de Boyacá Sie7e Días en tiempos del Covid-19



Lucas Emanuel Bautista Ruge

Tutor de Práctica Empresarial

Javier Sneider Bautista

Docente

Jack Alfonso Torres Villamil

Facultad de Negocios Internacionales

Proyecto de Grado o Práctica Profesional

Bogotá

2020

El crecimiento digital de Boyacá Sie7e Días en tiempos del COVID-19

Resumen

En aras de llevar a cabo mi proyecto de grado, desarrollé un plan de mejora que surgió como una iniciativa individual pero que tomó vuelo y ahora el personal que trabaja en el periódico Boyacá Sie7e Días también lo hace. El plan consiste en desarrollar nuevas estrategias de fidelización de audiencia digital a través de dinámicas que se acoplan a la situación que Boyacá, Colombia y el mundo se encuentran atravesando. Para ello se creó “Conciertos Boyacasie7edias desde Casa” y “Cocinando en casa” con base a un análisis de nuestro nicho de mercado y a las estadísticas que arrojan los servidores en línea con los cuales trabaja la empresa.

Agradecimientos

En primer lugar, agradezco al Boyacá Sie7e Días por acogerme en su empresa y brindarme la oportunidad de trabajar con ellos. Al iniciar el trabajo, jamás imaginé que una pandemia fuera a poner en riesgo la continuidad de mi carrera estudiantil; al iniciar la cuarentena temía por mis prácticas, sin embargo, han confiado en mí y en los aportes que he hecho.

Agradezco a mi jefe directo Javier Sneider Bautista, el cual me ha guiado y orientado con conocimientos de alto valor que me han ayudado con el objetivo que tengo de trabajar con el marketing digital ya que fue el área que más me atrapó en el pensum de mi carrera de negocios internacionales.

Agradezco a la Universidad y a la facultad de Negocios Internacionales en cabeza de la decana Paola Helena Bautista Valencia por no abandonar nuestros estudios y continuar fortaleciendo las bases académicas a través de internet.

Y por último y no menos importante, a nuestro profesor directo de prácticas profesionales y opción de grado, Jack Alfonso Torres Villamil, por el acompañamiento individual y la paciencia que implica lidiar con diversos acontecimientos en una época donde la incertidumbre reina en nuestra nación.

Introducción

El **Boyacá Sie7e Días** es un medio de comunicación de carácter impreso y digital, en el periódico físico llevan trabajando más de veintisiete años y su posicionamiento online vino a darse hace dos, sin embargo, igualó y superó a otros medios regionales que llevaban 10 o más años en el sistema digital, esto hizo que las directivas le fueran inyectando cada día más recursos a la plataforma y se iniciara la estructuración del área web del medio contratando profesionales de planta para su coordinación y estableciendo la llegada de pasantes de diferentes universidades tanto del área de las comunicaciones como de negocios internacionales, marketing y diseño gráfico para el manejo de la página web, redes sociales y la creación de contenidos.

Mi labor como practicante dentro de la empresa inicia en este punto con todo lo relacionado al manejo de las bases de datos, el diseño, la elaboración y la circulación de piezas publicitarias junto el desarrollo de estrategias de mercadeo para lograr suscripciones web dirigidas a Boyacenses y colombianos en el exterior.

Debido a la recesión mundial que estamos viviendo actualmente dado el COVID-19 y las directrices impartidas por el Gobierno Nacional referente al aislamiento social, el periódico dejó de circular el día 21 de marzo por lo que fue necesario hacer una reingeniería a la página web para canalizar todos sus contenidos a través de esta plataforma. Aunque esto representó un golpe para la empresa, también fue una oportunidad para hacerla crecer digitalmente, así que el plan de mejora exigido por la Universidad Santo Tomás lo enfoqué en el diseño de estrategias que le permitan al medio continuar haciendo su labor y percibiendo ingresos ya que actualmente se encuentra en crisis.

Índice

1. La empresa	7
1.1. Aspectos Generales	7
1.1.1. Misión, Visión y Valores	8
1.1.2. Ubicación Geográfica	9
1.1.3. Estructura Organizativa.....	9
1.1.4. Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.	9
2. Planteamiento del plan de mejora respecto a las prácticas profesionales	11
2.1. Planteamiento central	11
2.2. Importancia, limitaciones y alcances.	12
2.3. Objetivo General del informe	12
2.3.1. Objetivos específicos.	13
3. Contenido plan de mejora	13
3.1. Propuesta de mejora	13
3.2. Conclusiones	14
3.3. Anexos	15
4. Seguimiento de práctica profesional	16
4.1. Programación de actividades	16
4.1.1. Cumplimiento de objetivos trazados por mes.	17

1. La empresa

1.1. Aspectos Generales

El periódico Boyacá Sie7e Días es un medio de comunicación muy popular en el departamento de Boyacá con más de 27 años de trayectoria. Este proyecto nació en el año 1993 por iniciativa de las directivas de la Casa Editorial El Tiempo (CEET) quienes expandieron hacia los territorios su accionar informativo, creando los SIE7EDIAS en algunos departamentos del territorio nacional.

En el departamento de Boyacá el periódico inició con circulación los días viernes por lo que se le conoció como el “Semanario Boyacá Sie7e Días”. El esquema administrativo y operativo se dirigía desde la Capital de la República hacia las principales ciudades del departamento como Tunja, Paipa, Duitama, Sogamoso, Chiquinquirá y algunas otras provincias a través de un plan de distribución que se hacía por partida doble para empaquetar tanto el periódico Boyacá Sie7e Días como el periódico el tiempo.

Este tuvo una aceptación muy grande entre la gente y en especial en los sectores estatales y empresariales, quienes aguardaban el impreso con gran expectativa porque allí se decía y se contaba lo que había sucedido durante la semana en materia de política y opinión especialmente.

Fue tan grande la acogida que en el año 2012 se tomó la decisión de circular el periódico de lunes a sábado, así que se multiplicó su circulación a casi todo el territorio departamental y se empezó a difundir en Bogotá por el fenómeno de tener muchos habitantes boyacenses radicados en la capital de la república.

Todo el diseño del periódico, las plantillas, las fuentes de letras y los esquemas de contenido fueron diseñados por expertos extranjeros quienes asesoraron a la CEET para que los diarios regionales tuvieran un mayor impacto, aspecto que por lo menos en el departamento de

Boyacá se cumplió ocurriendo el fenómeno de convertirse en el “pan de cada día” de las comunidades y en el medio que movía la dinámica social del departamento.

En el año 2017 la Casa Editorial El Tiempo decide dar por terminada la era de los periódicos regionales ya que la unidad de negocio ahora estaba enfocada a otras prioridades y ya no consideraban útil para sus intereses financieros la circulación de los periódicos regionales.

Aparecieron entonces inversionistas del sector privado quienes se la jugaron por no dejar acabar el medio en Boyacá y mantener vivo este canal informativo muypreciado por los Boyacenses tanto por los residentes en la región como en la capital de la república.

El director de Boyacá Sie7e Días, le apostó a la entrada del periódico en la web y fue así como el 25 de septiembre de 2017 con ocasión de la celebración de los 25 años del periódico, inició su periplo en la web con una tecnología muy modesta pero efectiva en cuanto a creación de contenidos.

1.1.1. Misión, Visión y Valores

- **Misión:** Informar de manera veraz y oportuna el acontecer diario del departamento, el país y el mundo a través de los sistemas informativos para llegar al mayor número de audiencias.
- **Visión:** En el 2029, Boyacá Sie7e Días será el medio más importante del Centro Oriente Colombiano con influencia en la nación y el mundo para contribuir a la dinámica social y al crecimiento intelectual y humano de sus audiencias y personal asociado.
- **Valores:** Boyacá Sie7e Días y sus trabajadores, aplican valores de responsabilidad, ética, honestidad y solidaridad, todos ellos asociados a las acciones tanto individuales como colectivas que se emprenden en el ejercicio periodístico, administrativo, corporativo y operativo de la empresa Boyacá Siete Días S.A.S.

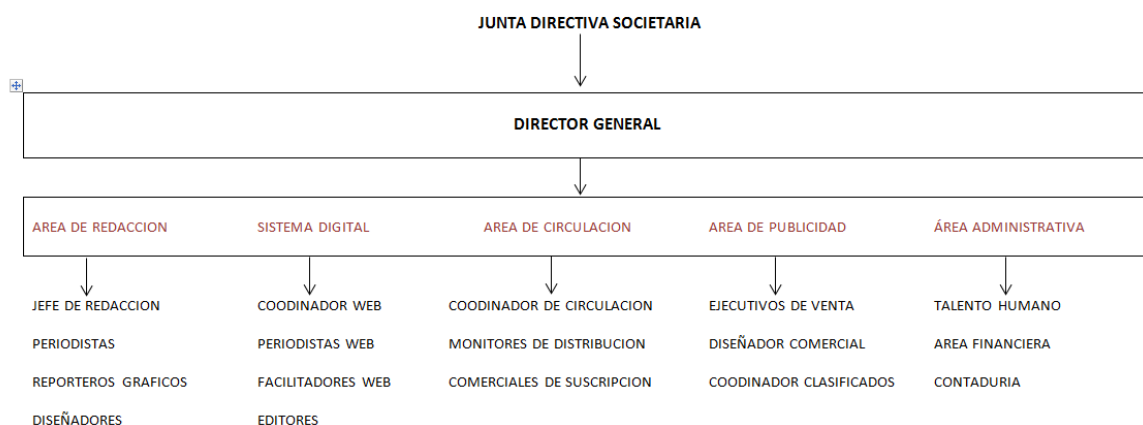
1.1.2. Ubicación Geográfica

La casa matriz del Boyacá Sie7e Días se encuentra en la capital del departamento boyacense, es decir, en Tunja. Más específicamente en la Calle 20 #11-81.

1.1.3. Estructura Organizativa



ORGANIGRAMA BOYACASIE7EDIAS



1.1.4. Unidad o Departamento en el que se desarrolla la práctica.

Actualmente me encuentro en el área de sistema digital desempeñando mi labor como facilitador web. Estoy a las órdenes de mi mentor Javier Sneider, él es el coordinador web, el cual se encarga de establecer todas las operaciones virtuales.

Dentro de mis responsabilidades está manejar el sistema de e-mail marketing a través de la plataforma Mailchimp, en la que he tenido que organizar la base de datos y establecer grupos de segmentación de clientes del periódico impreso y digital, asimismo, hay una lista de correos que la gente ha dejado al entrar a la página los cuales representan un mercado potencial para hacerles un seguimiento mediante el envío de correos promocionales que los inviten a suscribirse.

1.1.4.1 Análisis DOFA.

1.1.4.2.1 Fortalezas.

- El periódico se encuentra muy bien posicionado en los servidores de búsqueda online.
- La gente confía ya que el periódico se ha encargado de sembrar credibilidad a través de la publicación de noticias verídicas.
- Cuenta con un capital humano altamente calificado para realizar funciones que le hagan frente a la crisis.

1.1.4.2.2 Oportunidades

- Incursionar agresivamente en la página web y redes sociales.
- Alianzas estratégicas de carácter privado y estatal.
- Explorar nuevos mercados.
- Masificación de la demanda de servidores en línea.

1.1.4.2.3 Debilidades

- Bajo capital financiero
- Altos costos fijos
- Estructura organizativa bastante grande

1.1.4.2.4 Amenazas.

- Regulación del Estado frente a las pymes y el recurso humano.
- Bajo presupuesto (casi nulo) de obtener ingresos publicitarios.
- Liquidación o embargos de la empresa.

2. Planteamiento del plan de mejora respecto a las prácticas profesionales

2.1. Planteamiento central

El periódico actualmente se encuentra en insolvencia económica ya que el impreso tuvo que detener su circulación, asimismo, su principal fuente de ingresos es la publicidad y luego de la cuarentena, muy pocas empresas siguen invirtiendo en pautas publicitarias debido a que se están reestructurando o liquidando. La empresa ha tenido que despedir personal porque no hay recursos para pagar la nómina y quedó con un selecto grupo que coordina el manejo de la página web y las redes sociales del cual hago parte como pasante.

De acuerdo a esto, los paquetes de suscripción a los que el periódico le estaba apostando y que eran una responsabilidad mía venderlos, quedaron abiertos al público de manera gratuita como estrategia de fidelización con los clientes y de fortalecimiento de marca.

Es por esto que hemos tenido que unir fuerzas para darle un cambio al rumbo del periódico y he aprovechado esta nueva etapa como eje central de mi proyecto de grado ya que he participado en la toma de decisiones y en el planteamiento de ideas que aportan valor a la compañía.

2.2. Importancia, limitaciones y alcances.

La importancia de esta situación es que el periódico se ha visto en un escenario en donde tiene que tomar decisiones radicales de cambio para continuar prevaleciendo en el mercado, sin embargo, es una oportunidad muy grande para fortalecer el posicionamiento en línea. Muy seguramente al finalizar la cuarentena el Boyacá 7 Días tendrá una solidez en el manejo de plataformas digitales y una muy buena relación con clientes a través de este medio.

En cuanto a las limitaciones encuentro que estoy en la empresa como un pasante y mis determinaciones requieren atravesar por un filtro de mando para poder llevarlas a cabo, sin embargo, mis aportes han sido muy bien recibidos y ha habido una sinergia con mi jefe directo con el cual hemos logrado realizar objetivos establecidos.

Entre los principales alcances están la puesta en marcha de dinámicas en las redes sociales —principalmente en Facebook— en donde nuestra audiencia ha demostrado un gusto por los contenidos publicados, por ende, se ha concretado una fidelización con la marca del periódico y una confiabilidad en el medio ya que este se convirtió en el eje del periodismo en el departamento.

2.3. Objetivo General del informe

En evidencia de lo dicho anteriormente, surgió la iniciativa de crear nuevos contenidos para los lectores durante la cuarentena, para eso hemos tenido que hacer un análisis de nuestra audiencia para determinar el público objeto del nuevo sistema web y establecer qué clase de publicaciones se harán a parte de las noticias ya convencionales. Una vez se ha fortalecido el posicionamiento online, la posibilidad de hacer pautas publicitarias y percibir ingresos de ello cada vez será más fácil y rentable.

2.3.1. Objetivos específicos

- Alcanzar 800.000 visitas en la página web (<https://boyaca7dias.com.co/>)
- Desarrollar 2 alianzas estratégicas.
- Fidelizar audiencias en Bogotá y el exterior.

3. Contenido plan de mejora

3.1. Propuesta de mejora

En el sistema web incorporamos una sección llamada “Conciertos Boyacá Sie7e Días desde Casa” como una forma de apoyo a los artistas que acudieron al medio en busca de respaldo. Esta idea consiste en la publicación de vídeos de diversos artistas regionales interpretando obras musicales.

Este espacio no solo ha permitido la visibilización de los artistas, sino que se ha convertido en una dinámica que identifica al medio ya que la difusión de esos vídeos ha hecho que entre los seguidores sea un contenido muy apetecido.

“Cocinando en casa” es otro espacio que se creó con el fin de captar la atención de miles de familias, en donde diariamente se publican recetas hechas por un chef muy reconocido en el departamento de Boyacá llamado Santiago Díaz.

Asimismo, establecimos alianzas con medios internacionales como es el caso de la reconocida actriz colombiana alemana Sandra Eichen, actriz de Tele mundo Internacional, quien eligió a este medio como su aliado en Colombia y sur américa para la emisión de una serie de espacios creados para el momento de confinamiento con el nombre SEARTE emitido desde Miami y en asocio con el sistema digital de Boyacá Sie7e Días.

La reconocida productora Zapata Producciones del maestro Jorge Zapata hizo alianza con Boyacá Sie7e Días web para emitir los conciertos desde casa en la franja horaria de los fines de semana, llevando un rato de esparcimiento a los miles de audiencias que se conectan cada sábado a través del sistema web y que entrelaza sus sistemas con las plataformas de Zapata Producciones.

3.2. Conclusiones

Nadie imaginó que una pandemia fuera a llegar a nuestro país, sin embargo, pasó y el golpe no solo fue en el Boyacá Sie7e Días sino en todas las empresas de carácter privado y estatal. En la empresa se han venido dando cambios para amortiguar el golpe financiero, sin embargo, ha sido una oportunidad muy grande para crecer en las plataformas virtuales ya que todo el mundo se encuentra haciendo uso de internet más de lo habitual.

Mi área fue la única que quedó al frente de esta contingencia y hemos desarrollado estrategias muy buenas para el posicionamiento online a través de dinámicas virtuales que acaparan la atención de miles de Boyacenses y afines al contenido que se publica constantemente.

3.3. Anexos



SIE7E DIAS BOYACÁ

Nuestra edición impresa está en cuarentena pero nuestros contenidos siguen activos en la web.

Debido a las medidas tomadas por el Gobierno Nacional sobre el Covid-19, no ha sido posible la circulación de nuestra edición impresa. Boyacá Sie7e Dias sigue comprometido con informar a los boyacenses a través de nuestra web:

www.boyaca7dias.com

Espere el regreso de nuestro impreso con sus secciones recargadas, apenas como la emergencia por el coronavirus nos lo permita.



SIE7E DIAS BOYACÁ

INICIO EDICIÓN DIGITAL ACTUALIDAD MULTIMEDIA 7 DÍAS OPINIÓN POLÍTICA CULTURA CLASIFICADOS CONTACTOS

DISFRUTE LOS CONTENIDOS DE BOYACA7DIAS.COM DE FORMA GRATUITA, EN ESTOS TIEMPOS DE INCERTIDUMBRE.

Quedémonos EN CASA

Cubrimiento especial Coronavirus
Encuentre aquí la información actualizada sobre el COVID-19 en Boyacá.

> Ver especial

2.553.853	679.748	3.977	33	1	20
Casos confirmados en el Mundo	Casos recuperados en el Mundo	Casos confirmados en Colombia	Casos confirmados en Boyacá	Muertes en Boyacá	Recuperados en Boyacá

www.boyaca7dias.com

SIE7E DÍAS
Digital 2020

A partir del día martes 24 de marzo hemos liberado todos los contenidos de nuestra web para que lleguen a todos los sectores de manera gratuita y sin la condición de suscribirse.

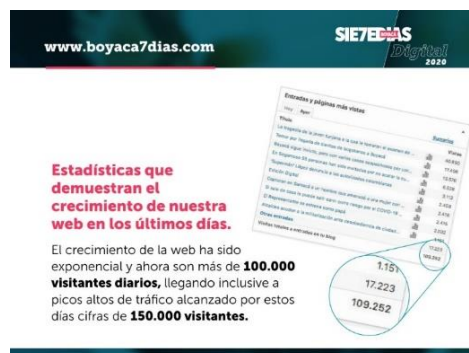
Nuestros reporteros gráficos, periodistas, editores, diseñadores y en general todo el equipo periodístico está trabajando las 24 horas de manera continua y en relevos para consolidar los contenidos y entregarlos de manera inmediata y oportuna a nuestras audiencias en el ejercicio de informar con veracidad.

www.boyaca7dias.com

SIE7E DÍAS
Digital 2020

Por estos días a propósito del decreto presidencial de aislamiento obligatorio que nos impide circular con nuestra edición impresa **Boyacá Sie7e Días**, el medio líder del departamento les presenta su página web como instrumento y herramienta útil y efectiva para comunicar y dar a conocer su actividad diaria a la opinión pública.





4. Seguimiento de práctica profesional

4.1. Programación de actividades

La empresa Boyacá Sie7e Días SAS laboraba en horarios normales de 8 am a 9 pm de lunes a domingo. Durante el día los facilitadores web trabajábamos durante esta jornada haciendo múltiples tareas tales como diseños de contenido web, reportaría y cubrimiento fotográfico de eventos y actividades, fidelización de suscriptores web a través de sistemas digitales y conquista de nuevas audiencias.

Una vez inició la contingencia del COVID-19 y el periódico pasó a fortalecer su plataforma virtual, quienes estamos vinculados para el sostenimiento de la plataforma trabajamos así:

- Disposición de las 24 horas del día según las noticias actuales.

- Programación de publicación de noticias con un sistema automático.
- Selección de imágenes y fotografías para ilustración de los contenidos.
- Comunicación permanente con municipios y entidades para suministro de contenidos y banco de imágenes.
- Fidelización de suscriptores a través de envío de paquetes de contenidos.
- Conquista de audiencias a través de la investigación de las bases de datos para el trabajo de segmentación individualizado

4.1.1. Cumplimiento de objetivos trazados por mes.

4.1.1.1. Ciclo 1: Los primeros días de marzo consistieron en la capacitación y el conocimiento de la empresa. Tuve que aprender a utilizar de la plataforma de e-mail marketing Mailchimp y relacionarme con mi jefe directo.

4.1.1.2. Ciclo2: Del 9 de marzo al 21 de marzo tuve mi periodo de trabajo normal dando inicio a las actividades de campo, organizando las bases de datos y enviando correos masivos. Esta fue una etapa en donde tuve que afianzarme a las políticas de la empresa y a los protocolos de relacionamiento con los clientes.

4.1.1.3. Ciclo 3: Desde el 21 de marzo cuando se dejó de circular el periódico en el departamento de Boyacá y en Bogotá, asimismo, iniciamos nuestra etapa de teletrabajo por la cuarentena.

Actualmente me encuentro en esta etapa y lo más difícil ha sido lidiar con el cambio de estructura empresarial al que conocí en un principio, sin embargo, este es un factor inevitable al que tuve que adaptarme.

Adicionalmente, hemos adelantado varias estrategias de trabajo, como las de Conciertos Boyacá 7 Días en Casa y el de Cocinando en Casa, las cuales se han llevado con éxito.

3.1.1.4. Ciclo 4: Estoy a la espera de entrar en este ciclo que preveo será del 15 de mayo al 6 de Julio. Con la pandemia, cualquier información que ponga en esta área es incierta, pero sé que continuaremos desempeñando las labores establecidas y formulando nuevas estrategias de crecimiento web.