



# **Universidad Nacional Mayor de San Marcos**

**Universidad del Perú. Decana de América**

**Facultad de Letras y Ciencias Humanas**

**Escuela Profesional de Comunicación Social**

## **La estrategia de comunicación digital en la renovación de un sitio web del sector industrial caso: Chema**

### **INFORME PROFESIONAL**

Para optar el Título Profesional de Licenciada en Comunicación  
Social

#### **AUTOR**

Giesella Paola QUIROZ CLAVO

#### **ASESOR**

Abel Fernando SANTIBÁÑEZ COLLADO

Lima, Perú

2018



Reconocimiento - No Comercial - Compartir Igual - Sin restricciones adicionales

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

Usted puede distribuir, remezclar, retocar, y crear a partir del documento original de modo no comercial, siempre y cuando se dé crédito al autor del documento y se licencien las nuevas creaciones bajo las mismas condiciones. No se permite aplicar términos legales o medidas tecnológicas que restrinjan legalmente a otros a hacer cualquier cosa que permita esta licencia.

## Referencia bibliográfica

---

Quiroz, G. (2018). *La estrategia de comunicación digital en la renovación de un sitio web del sector industrial caso: Chema*. [Informe profesional de pregrado, Universidad Nacional Mayor de San Marcos, Facultad de Letras y Ciencias Humanas, Escuela Profesional de Comunicación Social]. Repositorio institucional Cybertesis UNMSM.

---

8.81N

235P

ESCUELA PROFESIONAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL  
"Año del Diálogo y la Reconciliación Nacional"

## ACTA DE SUSTENTACIÓN DE INFORME PROFESIONAL

En el Salón de Grados de la Facultad de Letras y Ciencias Humanas a los catorce días del mes de mayo del dos mil dieciocho, siendo las 11:30 horas, con la Presidencia del Mg. José Angel Paz Delgado, los miembros del Jurado calificador: Mg. Luis Alberto Cumpa González, Lic. Rosa Cusipuma Arteaga y su asesor, el Lic. Abel Fernando Santibáñez Collado, se reunieron con la finalidad de escuchar la exposición del Informe Profesional: "LA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN DIGITAL EN LA RENOVACIÓN DE UN SITIO WEB DEL SECTOR INDUSTRIAL. CASO: CHEMA", que la bachiller QUIROZ CLAVO GIESELLA PAOLA, ha presentado a consideración de la Escuela, para obtener el Título Profesional de Licenciada en Comunicación Social. El Presidente del Jurado invitó a la bachiller a exponer el Informe Profesional. Concluida la exposición la bachiller absolvió las preguntas que le formularon los miembros del jurado.

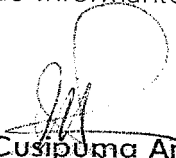
Terminada la exposición se procedió a la calificación, resultando aprobado como SOBRESALIENTE con la calificación de DIECINUEVE.

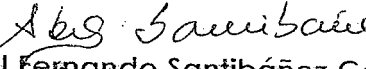
El Presidente manifestó que, habiéndose aprobado la sustentación, la Facultad de Letras y Ciencias Humanas recomienda a la Universidad Nacional Mayor de San Marcos el otorgamiento del Título de Licenciada en Comunicación Social a la bachiller QUIROZ CLAVO GIESELLA PAOLA.

Siendo las 13:00 horas concluyó el acto de sustentación, por lo cual los miembros del Jurado, dando fe de lo actuado, firman la presente Acta de Sustentación por quintuplicado.

  
**Mg. Luis Alberto Cumpa González**  
Jurado Informante

  
**Mg. José Angel Paz Delgado**  
Miembro/Presidente

  
**Lic. Rosa Cusipuma Arteaga**  
Jurado Informante

  
**Lic. Abel Fernando Santibáñez Collado**  
Asesor

## RESUMEN

El presente informe profesional expone la estrategia de comunicación digital que permite acompañar el proceso de diagnóstico, planificación, y renovación de sitios web, considerando: las tendencias sociales y de diseño vigentes, la metáfora del ecosistema digital, la estrategia de contenidos y los objetivos del plan de comunicación digital. Todo ello desde un enfoque de comunicación corporativa, íntimamente ligado a los conceptos de identidad e imagen y la importancia del comunicador en dicho proceso.

Desde esa perspectiva, se propone evaluar las necesidades digitales de una organización industrial (como Chema), los requerimientos mínimos para un sitio web a nivel de tecnología, información, comunicación, *marketing* y, con ello, proponer el ecosistema digital y la estrategia de comunicación más conveniente según público objetivo. Esto permitirá plantear un Mapa de contenidos como herramienta clave para planificar y presupuestar la renovación web, de tal manera que el resultado de renovar no sólo sea un cambio estético sino una mejora en la comunicación.

Finalmente, se indican las lecciones aprendidas, los hallazgos, las tareas pendientes y los aportes fruto de esta experiencia profesional, que pueden ser útiles en futuras intervenciones profesionales.