
Introducción

Lo que se presenta a continuación son dos propuestas, una consiste en un Manual de Puestos y la segunda aportación son Estrategias de Publicidad y Mercadotecnia, ambas, tienen como propósito hacer más eficientes los tiempos y la producción en DesCerto Semanario.

DesCerto es un medio de comunicación que salió al público por primera ocasión el 11 de octubre del 2001, creación e inversión de siete periodistas.

Podemos definir Manual de Puestos como un documento donde se especifican las obligaciones, requisitos y perfil deseado para cada uno de los cargos dentro de la empresa, en este caso, DesCerto.

Las estrategias de Publicidad se refiere a ideas para incrementar las ventas de espacios publicitarios en las páginas y en el sitio web del semanario, mientras que mercadotecnia se refiere a colocar al medio en un mayor número de establecimientos y suscriptores, lo cual también incrementa las posibilidades de obtener mayores ganancias y tener cada vez un mayor número de lectores.

El presente trabajo está dividido en tres ejes principales:

1. Narración del contexto en que se creó el semanario, cómo surgió la idea y la evolución de la misma, hasta llegar a ser un producto terminado.
2. Planteamiento de la problemática ocasionada por la falta de una organización entre su personal, así como por la inexistencia de estrategias de comercialización, en este último caso, la consecuencia que más afecta es en cuanto a los recursos económicos.
3. Luego se encuentran las propuestas: En el Manual de Puestos se define cada una de las áreas, que en base a mi experiencia dentro de la empresa, son necesarios. También quedan detalladas las actividades para cada trabajador, los requisitos para ingresar, todos dentro de un organigrama que es también parte de la propuesta.
En lo respectivo a las Estrategias de Publicidad y Mercadotecnia, se sugieren las metas a corto, mediano y largo plazo, en específico para cada uno de los puestos involucrados en esta actividad. También se habla de la organización comercial para llegar a más lectores y clientes.

Si bien el objetivo de quien presenta este trabajo es obtener el título como Licenciada en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Sonora, seguramente resultará útil para quienes deseen iniciar un proyecto editorial, tomando en cuenta que se narra desde el momento en que se concibió la idea, hasta que empieza a consolidarse en el mercado.

Este trabajo se fundamenta en las necesidades que han venido surgiendo desde la creación de DesCerto Semanario, hasta la fecha.

Los problemas empezaron a surgir, principalmente reclamos por incumplimiento de actividades, pero en muchas ocasiones resultaba confuso determinar a quien le correspondía cada tarea, sin embargo, aún ocupando una sola persona dos direcciones y haciendo funciones de una tercer área, se puede lograr un orden, siempre y cuando se especifique por escrito.

De inicio Grupo DEVCO se integró por siete personas, en realidad es una cantidad limitada para hacer todas las labores periodísticas, de redacción, fotográficas, administrativas, de venta y cobranza, reparto de suscripciones y a puntos de venta, pago de impuestos, limpieza y equipamiento. El número de trabajadores se fue reduciendo y las responsabilidades aumentaron tras la decisión de hacer una edición con noticias diarias para internet.