	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	<u>Documento</u>	<u>Código</u>	<u>Fecha</u>	<u>Revisión</u>
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>10-04-2012</b>	<b>A</b>
	<u>Dependencia</u>	<u>Aprobado</u>		<u>Pág.</u>
	<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADEMICO</b>		<b>1(50)</b>

### RESUMEN - TESIS DE GRADO

<b>AUTORES</b>	<b>RAFAEL ALBERTO RINCÓN GUERRERO</b>
<b>FACULTAD</b>	<b>EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES</b>
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	<b>COMUNICACIÓN SOCIAL</b>
<b>DIRECTOR</b>	<b>EDUARDO SÁNCHEZ NAVARRO</b>
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	<b>CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL PORTAL WEB DE NTN24</b>

#### RESUMEN (70 palabras aproximadamente)

EL PRESENTE TRABAJO TIENE COMO OBJETIVO ENTREGAR A LAS DIRECTIVAS DEL PORTAL WEB DE NTN24, UNA SERIE DE ALTERNATIVAS ENMARCADAS EN UNA ESTRATEGIA, QUE ORIENTE ASPECTOS COMO LOS FLUJOS DE COMUNICACIÓN INTERNA, LA IDENTIDAD CORPORATIVA Y EL CLIMA ORGANIZACIONAL EN ESTA DEPENDENCIA.

LA METODOLOGÍA EMPLEADA PARA ESTE TRABAJO DE GRADO MODALIDAD PASANTÍA ES LA INVESTIGACIÓN ACCIÓN-PARTICIPACIÓN DENTRO DEL ENFOQUE CUALITATIVO, PUES EN TODAS LAS FASES DE DESARROLLO, EL PAPEL DE LOS MIEMBROS DE NTN24.COM.

#### CARACTERÍSTICAS

<b>PÁGINAS: 50</b>	<b>PLANOS:</b>	<b>ILUSTRACIONES: 2</b>	<b>CD-ROM: 1</b>
--------------------	----------------	-------------------------	------------------



VÍA ACOLSURE, SEDE EL ALGODONAL. OCAÑA N. DE S.  
Línea Gratuita Nacional 018000 121022 / PBX: 097-5690088  
[www.ufpso.edu.co](http://www.ufpso.edu.co)



**CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL  
PORTAL WEB DE NTN24**

**RAFAEL ALBERTO RINCÓN GUERRERO**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
OCAÑA  
2014**

**CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL  
PORTAL WEB DE NTN24**

**RAFAEL ALBERTO RINCÓN GUERRERO**

**Informe final de pasantías presentado para optar el título de Comunicador Social**

**Director  
EDUARDO SÁNCHEZ NAVARRO  
Comunicador Social**

**UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA  
FACULTAD DE EDUCACIÓN, ARTES Y HUMANIDADES  
COMUNICACIÓN SOCIAL  
OCAÑA  
2014**

## CONTENIDO

	pág.
<u>INTRODUCCIÓN</u>	13
1. <u>CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL PORTAL WEB DE NTN24</u>	14
1.1 <u>BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA</u>	14
1.1.1 Misión de RCN TV	14
1.1.2 Visión de RCN TV	14
1.1.3 Objetivos de RCN TV	14
1.1.4 Estructura organizacional de NTN24	14
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.	16
1.2 <u>DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA</u>	18
1.2.1 Planteamiento del problema.	20
1.3 <u>OBJETIVOS DE LA PASANTÍA</u>	21
1.3.1 Objetivo General.	21
1.3.2 Objetivos específicos.	21
1.4 <u>DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA</u>	21
2. <u>ENFOQUES REFERENCIALES</u>	23
2.1 <u>ENFOQUE CONCEPTUAL</u>	23
2.2. <u>ENFOQUE LEGAL</u>	28
2.2.1 Constitución Política de Colombia	28
2.2.2 Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo	28
2.2.3 Ley 962 de 2005	29
2.2.4 Ley 1474 de 2011	30
3. <u>INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO</u>	31
3.1 <u>PRESENTACIÓN DE RESULTADOS</u>	31
3.1.1 Realizar un diagnóstico situacional del portal web de NTN24	31
3.1.2 Desarrollar herramientas para una correcta asignación de tareas en el portal web de NTN24	32
3.1.3 Implementar alternativas de comunicación orientadas al fortalecimiento del clima organizacional.	40
3.1.4 Ejecutar actividades que posicionen la identidad corporativa entre los miembros del portal web de NTN24.	42
4. <u>DIAGNÓSTICO FINAL</u>	43
5. <u>CONCLUSIONES</u>	44
<u>BIBLIOGRAFÍA</u>	45

REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

47

ANEXOS

48

## LISTA DE FIGURAS

	pág.
<b>Figura 1.</b> Organigrama de NTN24	15
<b>Figura 2.</b> Organigrama de NTN24.com en cuanto a Redacción Web	35

## LISTA DE CUADROS

	pág.
<b>Cuadro 1.</b> Matriz DOFA del portal web de NTN24	19
<b>Cuadro 2.</b> Actividades desarrolladas en la pasantía	21
<b>Cuadro 3.</b> Requisitos para optar al cargo Coordinador de Plataformas Digitales de NTN24	35
<b>Cuadro 4.</b> Requisitos para optar al cargo de Coordinador Editorial del portal web de NTN24	36
<b>Cuadro 5.</b> Requisitos para optar al cargo de Periodista del portal web de NTN24	36
<b>Cuadro 6.</b> Requisitos para ser Practicante del portal web de NTN24	37
<b>Cuadro 7.</b> Funciones del Coordinador de plataformas digitales de NTN24	37
<b>Cuadro 8.</b> Funciones de los Coordinadores Editoriales del portal web de NTN24	38
<b>Cuadro 9.</b> Funciones de los Periodistas del portal web de NTN24	39
<b>Cuadro 10.</b> Funciones de los Practicantes del portal web de NTN24	10

## LISTA DE FOTOGRAFÍAS

	pág.
<b>Fotografía 1.</b> Buzón de sugerencias para NTN24.com	41



## LISTA DE ANEXOS

	pág.
<b>Anexo 1.</b> Hoja guía para la actividad del buzón de sugerencias	49
<b>Anexo 2.</b> Manual de funciones de NTN24.com	50

## **RESUMEN**

El presente trabajo tiene como objetivo entregar a las directivas del portal web de NTN24, una serie de alternativas enmarcadas en una estrategia, que oriente aspectos como los flujos de comunicación interna, la identidad corporativa y el clima organizacional en esta dependencia.

La metodología empleada para este trabajo de grado modalidad pasantía es la investigación acción-participación dentro del enfoque cualitativo, pues en todas las fases de desarrollo, el papel de los miembros de NTN24.com ha sido clave tanto en el diagnóstico como en el apoyo durante la implementación de las acciones comunicativas.

Después de aplicar esta estrategia, los miembros del portal web de NTN24 se han percatado de la importancia de la comunicación organizacional y sus métodos para mejorar el clima laboral y generar una verdadera identidad corporativa. Además, se establece que una correcta designación de tareas es importante para reducir los conflictos en cuanto a las responsabilidades periodísticas cotidianas.

## INTRODUCCIÓN

El trabajo tiene una naturaleza netamente práctica en cuanto al desarrollo de acciones encaminadas a orientar los flujos de comunicación interna del portal web de NTN24. Además, busca abarcar elementos como la elaboración del horizonte institucional de esta dependencia, la implementación de un buzón de sugerencias y la creación de un manual de funciones.

La aplicación de las alternativas antes mencionadas, tiene como objetivo mejorar aspectos esenciales dentro de cualquier área empresarial, como la identidad corporativa, el clima laboral y la asignación de deberes y obligaciones.

# **1. CREACIÓN DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN INTERNA PARA EL PORTAL WEB DE NTN24**

## **1.1 BREVE DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA<sup>1</sup>**

**1.1.1 Misión de RCN TV.** Con el mejor recurso humano, producir, programar, transmitir y comercializar productos de televisión de alta calidad, con el fin de entretener, informar y formar dentro de los más altos principios y valores de la organización Ardila Lule, obteniendo con la aceptación del televidente y del anunciante, la justa rentabilidad para los accionistas.

**1.1.2 Visión de RCN TV.** Ser los primeros en la industria de la televisión en Colombia y participar liderando los demás servicios y actividades de las telecomunicaciones en América Latina.

**1.1.3 Objetivos de RCN TV.** Ser reconocidos como la mejor empresa de televisión de Colombia.

Desarrollar contenidos y actividades promocionales a partir de la interpretación de la opinión de los televidentes, que permitan buscar los niveles de cobertura requeridos para la compañía.

Cumplir con los presupuestos de ingresos establecidos para la Compañía, ofreciendo portafolios de productos y servicios que satisfagan las necesidades de nuestros anunciantes cumpliendo los compromisos adquiridos con ellos.

Generar un clima laboral basado en una cultura del servicio, donde el bienestar, compromiso, competencias y valores del talento humano, faciliten el logro de la estrategia del canal.

Garantizar el crecimiento y sostenibilidad económica de la cadena

**1.1.4 Estructura organizacional de NTN24<sup>2</sup>.** NTN24 (Nuestra Tele Noticias) es un canal internacional de noticias que emite las 24 horas del día. Su sede central se encuentra en Bogotá, Colombia y se apoya con corresponsales en las principales ciudades del mundo. De la dirección editorial del canal se encarga la periodista colombiana Claudia Gurisatti. Su lanzamiento oficial al aire fue el 3 de noviembre de 2008. Cuenta con cobertura para Colombia a través de TDT y todo el continente americano por sistemas de cable y satélite. Es propiedad de la Organización Ardila Lule.

NTN24 se encarga principalmente de los hechos que ocurren en América Latina, Estados Unidos y el Caribe.

---

<sup>1</sup> Gerencia Administrativa y Financiera de NTN24

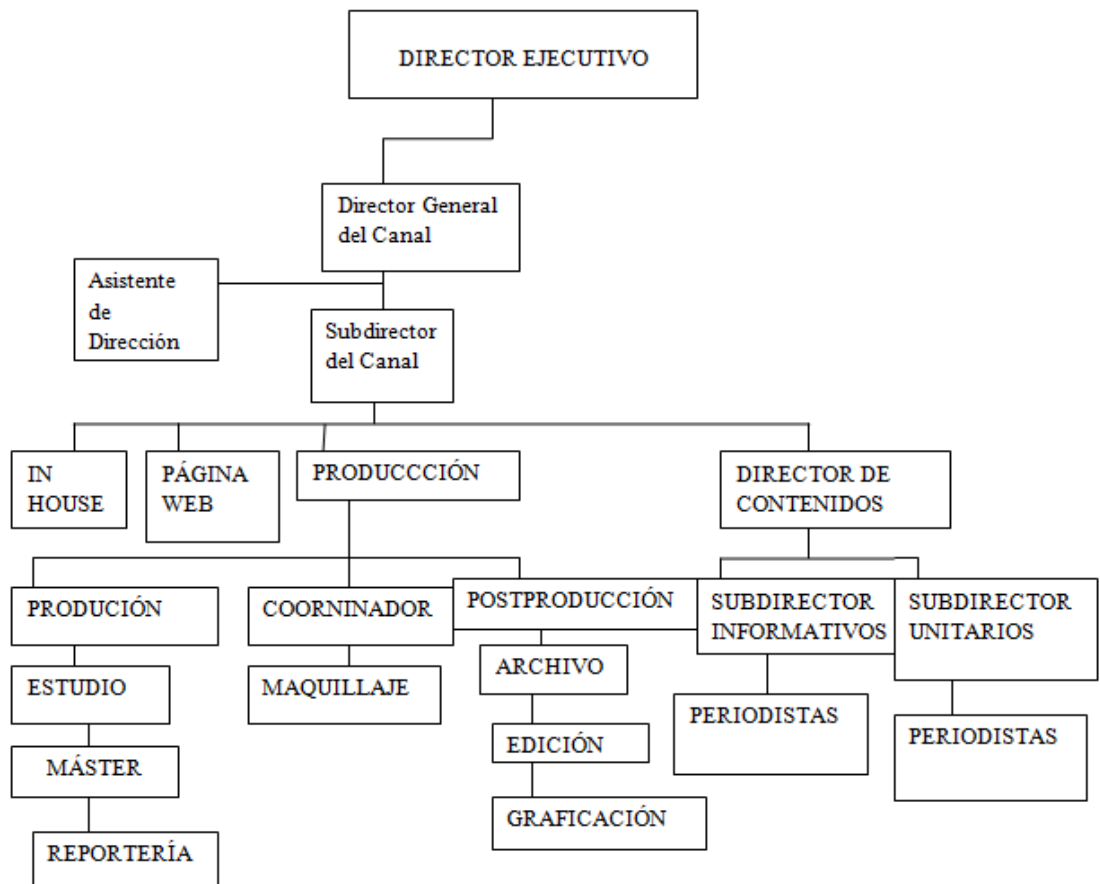
<sup>2</sup> *Ibíd.*, p.1

Este canal internacional transmite las 24 horas y la programación se distribuye así: Dos horas dedicadas a la economía. Seis horas de entretenimiento: futbol, farándula, moda, cine, música, etc. Ocho horas con programación de opinión, periodismo crítico e investigativo y nueve horas con las noticias que ocurren alrededor del mundo.

Es importante resaltar que hay pocos anuncios comerciales. La mayoría son referentes a los programas de NTN24 o de organizaciones de Derechos Humanos y otras causas, como la conservación del medio ambiente.

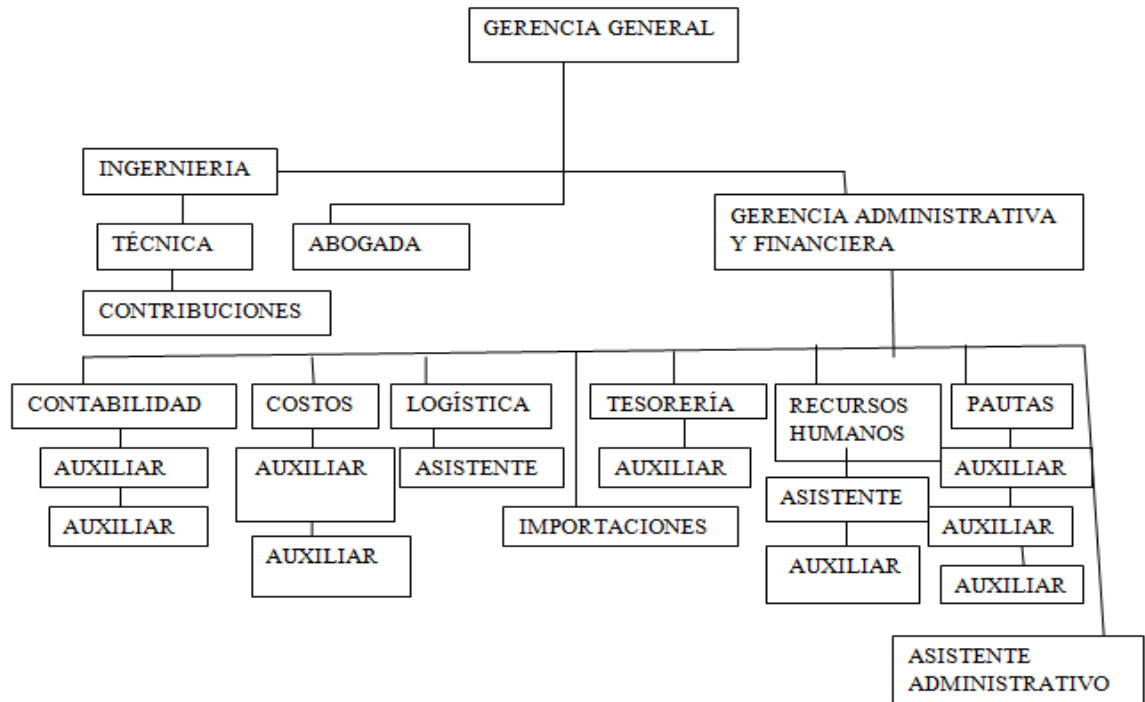
**Organigrama de NTN24.** El organigrama de NTN24 está presidido por el director ejecutivo de la empresa y bajo su mando está el director general del canal y la gerencia general. El director general se encarga de coordinar la realización y revisión de los contenidos editoriales de NTN24. Por su parte, la gerencia general tiene como funciones las actividades administrativas y de recursos humanos. Estos dos aspectos se describen a continuación:

**Figura 1.** Organigrama de NTN24<sup>3</sup>



<sup>3</sup> *Ibíd.*, p.1

Figura 1. (Continuación)



**Fuente.** Gerencia Administrativa y Financiera de NTN24

**1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado.** La dependencia donde se realizó la pasantía es el portal de NTN24 (NTN4.com). En la dirección se encuentra Johnattan Filgueira Bilancieri.

Además de ser el director de NTN24.com, Johnattan Filgueira Bilancieri es el director del Centro Internacional de Medios Alternativos (CIMA), conformado por el portal web de NTN24, por NTN24NEWS.com y por MUNDOFOX.com

La Coordinadora Interdepartamental de Noticias WEB es Yuranis Cristina Caballero Briceño

Dentro de las funciones que debe cumplir el Coordinador Interdepartamental de Noticias Web, están la supervisión de los distintos portales web que hacen parte de los canales internacionales de RCN TV, como son NTN24, NTN24 News, Mundo Fox y RCN Señal Internacional.

Además, debe estar pendiente de la correcta realización de las publicaciones en Facebook, Twitter, Youtube y Google+

Otro de sus deberes es el desarrollo de tareas operativas como la ayuda en la vinculación de los practicantes, contratación de periodistas, temas de seguridad social, jurídicos y de recurso humano

El Coordinador Interdepartamental de Programación WEB es Deiby García Ardila

Dentro de sus funciones, están la supervisión de los portales en cuanto a la Programación Web. Debe conocer todo el tema de licencias y reglamentos de Youtube como partner de NTN24 y los demás canales internacionales. Coordina el trabajo de los Community Manager, especialmente en lo que tiene que ver con Mundo Fox

Las Coordinadoras Editoriales de la Redacción WEB son: María Alejandra Rocha González y Carolina Ospina Hernández

Se encargan de redactar noticias y revisar en agencias como AFP y EFE, a las cuales NTN24 les paga un valor para usar sus contenidos. También se remiten a otros medios como ELTIEMPO.com y ELESPECTADOR.com; en esos casos se reescribe la noticia completa. También publica algunas noticias y videos del portal web en redes sociales como Facebook, Twitter, Youtube y Google+.

Otra de sus funciones principales es repartir las distintas secciones del portal entre los periodistas y practicantes.

Los periodistas de NTN24.com son: Katia Chávez, Andrea Betancourt, Angélica Hernández y Ricardo León.

Dentro de sus funciones se encuentran la creación de noticias a través de la revisión en agencias internacionales como EFE y AFP o la redacción de noticias teniendo en cuenta artículos que están el portal web como ELTIEMPO.com y ELESPECTADOR.com

Además, redactan el texto de algunos videos que se visualizan más adelante en el portal web y en los diferentes canales de Youtube, con los que cuenta NTN24. Por otro lado, revisan las noticias y los videos que son editados o redactados por los practicantes y pasantes.

La Coordinación Editorial de MUNDOFOX.com está a cargo de Krishna Jaramillo. Los periodistas de MUNDOFOX.com son: Juan Andrés Rodríguez, Freddy Ramos y Jeisson Gutiérrez. .

La Coordinadora Editorial de Noticias Mundo Fox se encarga de publicar y programar en redes sociales como Facebook y Twitter. Redacta algunas noticias para alimentar el portal de Noticias Mundo Fox y revisa que los videos se encuentren correctamente publicados y que se visualicen bien.

Cabe aclarar que todas las noticias de Mundo Fox son reescritas por la coordinadora y los periodistas y sacadas de medios internacionales como la BBC y CNN, entre otros. El equipo de Mundo Fox únicamente puede tomar una noticia cuando NTN24.com la redacta como propia.

Durante algunos fines de semana, la Coordinadora Editorial y los periodistas de MUNDOFOX.com también escriben para NTN24.com

En la redacción de NTN24NEWS.com, está Gary Parkosewich. NTN24NEWS.com (Noticias NTN24 en inglés)

El Coordinador Interdepartamental de Programación WEB supervisa el trabajo de los Julián Betancourt y Pablo Cesar Henao Osorio, los Community Manager.

Los grupos de trabajo de NTN24.com, MUNDOFOX.com y los encargados de la Programación WEB cuentan además con practicantes, quienes ayudan en el desarrollo de las respectivas tareas.

Cabe aclarar que la pasantía estará orientada a la creación de una estrategia para mejorar los procesos de comunicación interna de NTN24.com. Sin embargo, se detallan los miembros del CIMA, con el fin de dar contexto al presente trabajo.

## 1.2 DIAGNÓSTICO INICIAL DE LA DEPENDENCIA ASIGNADA

Para analizar la situación actual del portal web de NTN24, (NTN24.com) se empleará la matriz DOFA, enunciando las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas de esta dependencia.

**Cuadro 1.** Matriz DOFA del portal web de NTN24

Ambiente Externo	Ambiente Interno	FORTALEZAS	DEBILIDADES
		<p>F1. Tiene personal calificado</p> <p>F2. Cuenta con los implementos necesarios para llevar a cabo el trabajo</p> <p>F3. El ambiente laboral motiva el trabajo en equipo</p> <p>F4. El portal web de NTN24 hace parte de los emporios mediáticos más importantes del país</p> <p>F5. El grupo de trabajo tiene como pilares fundamentales el respeto, la solidaridad y la cortesía.</p>	<p>D1.La lentitud de los programas donde se realizan los distintos procesos de redacción y edición.</p> <p>D2. Los periodistas exigen a los practicantes rapidez en la entrega de las actividades y los implementos otorgados por el canal no están en un buen estado, para cumplir con lo estipulado.</p> <p>D3. En algunas ocasiones se sobrecarga de trabajo a un determinado periodista, lo que dificulta que las tareas se lleven a cabo eficientemente.</p>



Cuadro 1. (Continuación)

	<p>F6. El equipo de trabajo del portal usa correctamente las plataformas de Facebook, Twitter y Youtube, para sus propósitos informativos.</p> <p>F7. El portal NTN24.com cuenta con distintos especiales multimedia que mejoran la experiencia de navegación.</p> <p>F8. El portal puede utilizar las noticias que se publica en agencias de prensa como EFE, AFP y Reuters, pues se paga por este servicio.</p>	<p>D4. En horas de la mañana, el portal web no deja subir notas.</p> <p>D5 No existe un documento que detalle las responsabilidades de los periodistas y de los practicantes del portal web de NTN24</p>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>FO (MAXI-MAXI)</b>	<b>DO (MINI-MAXI)</b>
<p>O1. El portal tiene un flujo constante de visitas por parte de la audiencia, que confía en sus contenidos.</p> <p>O2. El portal web tiene cobertura en América Latina, Estados Unidos y el resto del Mundo.</p>	<p>FO: Seguir aplicando las reglas de cortesía, el respeto y el aprecio por el recurso humano.</p> <p>FO Continuar abriendo espacios de capacitación para que queden claros los procedimientos en la realización de las actividades periodísticas.</p>	<p>DO: Mejorar el estado de los implementos que se relacionan con la edición de videos.</p> <p>DO: Realizar procesos para que en horas de la mañana, el portal NTN24.com permita subir noticias.</p>
<b>AMENAZAS</b>	<b>FA (MAXI-MINI)</b>	<b>DA (MINI-MINI)</b>
<p>A1. Un mal posicionamiento entre los practicantes de las distintas universidades, lo que hace que lleguen menos cada semestre.</p> <p>A2. Creación de nuevos portales con características similares y que atienden a un público parecido.</p> <p>A3. Los problemas técnicos que puedan tener empresas como Youtube o Skype y que afectan directamente a NTN24.com.</p>	<p>FA: Buscar siempre la imparcialidad en los contenidos periodísticos y la mejor presentación de los especiales multimedia.</p> <p>FA: Realizar estrategias para ofrecer a los posibles practicantes las ventajas de realizar este proceso académico en el portal web de NTN24.</p>	<p>DA: Realizar un manual de funciones que detalle los derechos y deberes de los practicantes y los periodistas que hagan parte del portal web de NTN24, (NTN24.com)</p> <p>DA: Implementar un buzón de sugerencias para evaluar el clima organizacional y llevar a cabo los correctivos necesarios</p> <p>DA: Elaborar el horizonte institucional del portal web de NTN24, conformado por la misión, la visión, los valores, los principios y las políticas corporativas.</p>

**Fuente.** Pasante del proyecto

**1.2.1 Planteamiento del problema.** El portal web de NTN24 cuenta con 10 secciones que muestran los contenidos en temas de América Latina, Estados Unidos y el Mundo. Además de las noticias de estas regiones, que tienen preponderancia en la organización del sitio web, también están presentes secciones como Economía, Ciencia y Salud, Curiosas, Ambiente, Deportes, Entretenimiento y Tecnología.

El portal web NTN24.com, se ha convertido en un mecanismo de difusión de los programas de NTN24 y se ha posicionado como un medio alternativo importante en la audiencia de América Latina, Estados Unidos y el Caribe. Además, el grupo de trabajo del portal web no sólo se encarga de alimentar la página, también tiene espacios en redes sociales como Facebook, Twitter y Youtube.

Esta página web tiene un buen posicionamiento frente a los públicos externos, lo que se refleja en la cantidad de visitas que se registran diariamente.

Los periodistas digitales deben entender la responsabilidad ética que conlleva su labor, pues redes sociales como Facebook, Twitter y Youtube, además de los portales oficiales de los medios de comunicación, se han convertido en los mecanismos de consulta de la actualidad para los usuarios y los mismos comunicadores.

Los problemas del portal web se clasifican en distintas categorías o parámetros, como son: técnicos, periodísticos, organizacionales y de recurso humano. Dentro del aspecto técnico, están la falta de computadores debido a la gran cantidad de trabajadores entre periodistas y practicantes, la mala realización de la señal en vivo, lo que no permite que un usuario vea un determinado programa a través de la página web o Facebook y la incapacidad del portal para subir de manera completa la noticia con su fotografía.

En cuanto a las falencias periodísticas se encuentran la priorización de ciertos temas frente a otros, la falta de un periodismo investigativo donde se asuman regularmente retos como la entrevista y la confrontación de fuentes.

Al hablar de los problemas referentes al recurso humano, la falta de presupuesto que tiene NTN24 hace que los periodistas web contratados sean muy pocos, y ellos deban cubrir distintos temas para cumplir la labor informativa.

Por último dentro de las carencias a nivel organizacional, punto central de la estrategia de comunicación, están la falta de un documento preciso donde estén consignados los perfiles y deberes de los miembros del grupo de trabajo, es decir, los practicantes, periodistas y coordinadores. Además, la inexistencia de un horizonte institucional que dirija los lineamientos de NTN24.com y les otorgue identidad corporativa. Por último, se hace necesaria la implementación de un mecanismo que permita medir el clima organizacional.

Si la situación expuesta no se soluciona, ciertas personas tendrán mayores responsabilidades que otras y no existirá ningún medio escrito que valide la queja o el reclamo de uno de los miembros del portal, por esta situación. Este hecho, poco a poco

perjudica el clima laboral de esta dependencia y el sentido de pertenencia de quienes la conforman

Desde el ámbito profesional, se propone la creación de una estrategia para mejorar los procesos de comunicación interna en el portal web de NTN24, logrando fijar tareas claras, tener un buen clima laboral y fomentar la identidad corporativa en este sitio web del canal internacional de noticias de latino para latino, NTN24.

### **1.3 OBJETIVOS DE LA PASANTÍA**

**1.3.1 Objetivo General.** Crear una estrategia de comunicación interna para el portal web de NTN24

**1.3.2 Objetivos específicos.** Realizar un diagnóstico situacional del portal web de NTN24

Desarrollar herramientas que permitan una correcta asignación de tareas en el portal web de NTN24

Implementar alternativas de comunicación orientadas al fortalecimiento del clima organizacional

Ejecutar actividades que posicionen la identidad corporativa entre los miembros del portal web de NTN24

### **1.4 DESCRIPCIÓN DE LAS ACTIVIDADES DE LA PASANTÍA**

**Cuadro 2.** Actividades desarrolladas en la pasantía

<b>Objetivo General</b>	<b>Objetivos Específicos</b>	<b>Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los objetivo específicos</b>
Crear una estrategia de comunicación interna para el portal web de NTN24	Realizar un diagnóstico situacional del portal web de NTN24	Realizar un sondeo de opinión para indagar a los periodistas que trabajan en el portal web de NTN24, sobre las falencias del mismo. Elaborar un informe donde se describan los resultados obtenidos del diagnóstico
	Desarrollar herramientas que permitan una correcta designación de tareas en el portal web de NTN24	Crear un manual de funciones para el portal web de NTN24

Cuadro 2. (Continuación)

	<p>Diseñar e implementar alternativas de comunicación orientadas al fortalecimiento del clima organizacional</p>	<p>Realizar un buzón de sugerencias y generar espacios dentro del portal web para debatir las opiniones consignadas. Entregar un informe donde se describan los resultados de la actividad y su importancia para el clima laboral</p>
	<p>Ejecutar una alternativa de comunicación que posicione la identidad corporativa entre los miembros del portal web de NTN24</p>	<p>Desarrollar cuestionarios a los miembros del portal web sobre la importancia que para ellos tiene el horizonte institucional Elaborar el horizonte institucional de NTN24.com</p>

**Fuente.** Pasante del proyecto

## 2. ENFOQUES REFERENCIALES

### 2.1 ENFOQUE CONCEPTUAL

Dentro de la estrategia de comunicación interna para el portal web de NTN24, se quiere formular un manual de funciones para mejorar la asignación de deberes y obligaciones entre los coordinadores, los periodistas y practicantes de esta dependencia.

Además, implementar alternativas como el buzón de sugerencias para evaluar el clima organizacional y la elaboración del horizonte institucional, es decir, la misión, la visión, los valores, principios y políticas corporativas de NTN24.com

El manual de funciones es un elemento clave para cualquier dependencia o empresa, pues describe de manera ordenada los deberes que deben realizar sus miembros, lo que evita problemas puntuales en cuanto al clima laboral.

El desarrollo del buzón de sugerencias es clave para medir las buenas o malas relaciones entre los trabajadores

Por su parte, el horizonte institucional, es preponderante para establecer de manera clara la razón de ser de la labor periodística y las estrategias para que desde los conocimientos digitales se cumpla la visión.

**Manual de Funciones.** El manual de funciones es una herramienta que le permite a una empresa, institución o dependencia específica establecer los deberes que tienen los empleados en el desarrollo de sus labores.

No hay un procedimiento establecido: Podríamos referirnos a la administración científica de Taylor que en resumidas cuentas dice que al analizar el proceso de producción y aplicar la administración científica, se puede obtener el máximo de bienestar<sup>4</sup>

**Misión.** La misión dentro de un área específica o para la empresa es la razón de ser de la organización ante el mercado, lo que la motiva a desarrollar todas las labores diarias y a ejecutar planes para su mejoramiento y efectividad.

De acuerdo a Eduardo Gutiérrez, experto en temas de educación y autor del libro PEI. Una construcción de sentido, “La misión es la razón de ser de la institución, determina el qué y el para qué y especifica el rol funcional que ésta va a desempeñar en su entorno. Esta declaración indica con claridad el alcance y dirección de las actividades de la institución. Al formular la misión, la institución debe responder las siguientes preguntas:

---

<sup>4</sup> CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. 3ed. (México: Mc Graw Hill, 1987).

¿Qué función desempeña la institución? Esta pregunta implica definir las necesidades que la institución trata de satisfacer

¿Para quién desempeña esta función? Identifica a quién va dirigida la función de la institución, permite clarificar las características de los individuos a los cuales va a enfocar su atención.

¿Para qué desempeña esta función? Conlleva a pensar cual es la razón por la que se está desempeñando esta función, permitiendo tener claro hacia dónde apuntan sus esfuerzos.

¿Cómo da cumplimiento a esta función? Se relaciona con la manera en que la institución trata de lograr las metas propuestas.

¿Por qué existe la institución? Conlleva a que la institución ubique lo que realiza en un contexto social y proporcione un enfoque más significativo para sus actividades.”<sup>5</sup>

“Se debe considerar los siguientes aspectos al definir la misión:

Expresa el objetivo central de manera breve y concisa.

Destaca que es lo que se hace para los demás; es decir, que los resultados y el éxito de la empresa estén siempre en el exterior, por lo tanto, lo importante es el servicio o beneficio que se presta al usuario.

Propone acción a mediano y largo plazo. A más de responder a los cambios del momento hay que ser capaces, a su vez, de promoverlos.

Muestra tensión, movilidad, ambición por llegar. La misión siempre tiene que estar relacionada con acciones y resultados prácticos, específicos y posibles de alcanzar.

La empresa siempre debe expresar el servicio que presta, no el producto que se vende y debe diferenciarse claramente de los servicios prestados por empresas semejantes”<sup>6</sup>

**Visión.** La visión de una determinada dependencia o empresa, define las metas que quiere cumplir en cuanto a distintas variables, como el posicionamiento frente a sus públicos externos.

Según Joel Barkler, “una visión de futuro sin acción es simplemente un sueño, una acción sin visión de futuro carece de sentido, una visión de futuro puesta en práctica puede cambiar el mundo”<sup>7</sup>

---

<sup>5</sup> GUTIÉRREZ, Eduardo. PEI. Una construcción de sentido. (Bogotá: Santillana, 1995). p.79

<sup>6</sup> PAZMIÑO, Aracely. Planificación y Liderazgo. Quito, 2007.p.9

<sup>7</sup> BARKLER, Joel. La otra cara del espejo. Editorial Plaza Y Janés. 1974.

**Valores corporativos.** Los valores corporativos, son aquellos aspectos que constituyen la normativa capaz de regir las relaciones humanas entre los miembros, siempre pensando en el bienestar del clima organizacional.

“En resumen, el objetivo básico de la definición de valores corporativos es el de tener un marco de referencia que inspire y regule la vida de la organización. Mediante el liderazgo efectivo, los valores se vuelven contagiosos; afectan los hábitos de pensamiento de la gente”<sup>8</sup>

**Políticas corporativas.** Este concepto involucra aspectos como la eficiencia y la eficacia y se relaciona estrechamente con el cumplimiento de metas, llevando a cabo el objetivo inicial e intentando gastar la menor cantidad de recursos posibles.

“Las políticas constituyen el elemento que da direccionalidad y orientación al plan y su formulación será a partir de la misión y los objetivos institucionales. La mayor responsabilidad y compromiso en su estructuración recae en los máximos directivos.

Por ello es que las políticas son el conjunto de directrices que definen el énfasis con que deberán ejecutarse las acciones para asegurar la consecución de los objetivos del plan propuesto”<sup>9</sup>

**Identidad corporativa.** La identidad corporativa es el sentido de pertenencia que los miembros sienten y expresan por la organización, reflejándose en el desarrollo de sus funciones.

Para que realmente se fortalezca la identidad corporativa, es necesario establecer un horizonte institucional claro, donde se describan la razón de ser de la empresa y sus objetivos para el futuro.

Luis Ángel Sanz de la Tajada a la hora de definir el concepto: “Toda empresa necesita tener una personalidad propia, que permita identificarla, diferenciándola de las demás. Dicha personalidad constituye su identidad específica, su propio ser”<sup>10</sup>

Wally Olins puntualiza que “para ser eficaz, toda organización necesita un sentido de finalidad claro, que todos sus integrantes deben conocer, éstos a su vez necesitan experimentar una fuerte sensación de pertenencia”. Para este autor finalidad y pertenencia son las dos facetas de la identidad. “Cada organización es única, y la identidad debe surgir de sus propias raíces, de su personalidad, de sus puntos fuertes y débiles. (...) La identidad

---

<sup>8</sup> BRIAN, James; MINTZBERG, Henry y VOYER, John. El Proceso Estratégico. Conceptos, Contextos y Casos. Ied. (México: Prentice Hall, 1997). p. 145-147

<sup>9</sup> BURGWAL, Gerrit y CUELLAR, Juan Carlos. Planificación Estratégica y Operativa. 1999. p. 258 – 260.

<sup>10</sup> SANZ DE LA TAJADA, Luis Ángel. Integración de la identidad y la imagen de la empresa. p.41

no es un mero eslogan ni una colección de frases: ha de ser visible, tangible y omnipresente”<sup>11</sup>

Justo Villafañe destaca tres aspectos que configuran la identidad de la empresa:

El comportamiento corporativo, que resume los “modos de hacer de la empresa”;

La cultura corporativa, es decir, sus presunciones y valores respecto a la propia empresa y el entorno en el que ésta se desenvuelve;

La personalidad corporativa que se concreta en los atributos que la empresa pretende proyectar de sí misma a través de su identidad visual y su comunicación corporativas.”<sup>12</sup>

**Clima organizacional.** El clima organizacional es la relación que se construye entre los miembros, teniendo como base la forma como cada uno entiende y se apropia de la cultura empresarial, conformada por elementos como los principios y valores corporativos.

Dessler<sup>13</sup> (1976) basado en Halpin y Crofts dice, por ejemplo, que un aspecto importante del clima es el *esprit*, término que indica la percepción que el empleado tiene de que sus necesidades sociales se están satisfaciendo y de que está gozando del sentimiento de la labor cumplida. Otra dimensión que describe es la *consideración*, término que refleja hasta qué punto el empleado juzga que el comportamiento de su superior es sustentador o emocionalmente distante. Considera que otras dimensiones subjetivas del clima son la intimidad, el alejamiento y la obstaculización.

Litwin y Stringer<sup>14</sup> consideran que el Clima Organizacional es una característica relativamente permanente del entorno interno de la organización el cual es experimentado por sus miembros, influencia su comportamiento, y puede ser descrito en términos de los valores de un conjunto particular de características de la organización.

El cuestionario desarrollado mide la percepción de los empleados en función de seis dimensiones:

Conformidad; es el grado con que las personas sienten que existen muchas limitaciones impuestas externamente sobre el grupo de trabajo, exceso de leyes, políticas, reglas o prácticas hacia las cuales hay que conformarse en lugar de realizar el trabajo como mejor les parezca.

---

<sup>11</sup> OLINS, Wally. Identidad corporativa, Proyección en el diseño de la estrategia comercial. (Madrid: Celeste Ediciones, 1991). p.7

<sup>12</sup> VILLAFÑE, Justo. Imagen positiva. La gestión estratégica de la imagen de las empresas. (Madrid, 1993). p. 28-29

<sup>13</sup> DESSLER, Gary. Organización y Administración Enfoque Situacional. Editorial Prentice/Hall internacional, 1976.

<sup>14</sup> OGLIASTRI, Enrique. Un Modelo de Diagnóstico e Intervención. Revista Desarrollo Organizacional. Editorial Universitaria de América Ltda, 1977.



Responsabilidad; es el grado con que los miembros de la organización reciben responsabilidad personal para lograr realizar la parte de los objetivos organizacionales que le corresponden; el grado con que los miembros del grupo experimentan que pueden tomar decisiones acerca de cómo realizar un trabajo sin necesidad de estar comprobando cada paso con sus superiores.

Normas de Excelencia; es el énfasis que la organización hace en la calidad del rendimiento y en la producción sobresaliente, incluyendo el grado con que los individuos experimentan que la organización fija objetivos y metas retadoras para ellos y comunican el compromiso con estas.

Recompensas; es el grado con que los miembros sienten que son recompensados y reconocidos por el buen trabajo en lugar de ser ignorados, criticados o castigados cuando algo sale mal.

Claridad Organizacional; es el grado con que los miembros del grupo experimentan que las cosas están bien organizadas y los objetivos claramente definidos en lugar de ser confusos, desordenados o caóticos.

Calor y Apoyo; es el sentimiento experimentado por los miembros por el cual se considera la amistad como norma apreciada por el grupo, que existe confianza y apoyo mutuo. El sentimiento que las buenas relaciones prevalecen en el entorno del trabajo.

**Estrategia de Comunicación.** La estrategia de comunicación es un conjunto de actividades que tienen como elemento principal la aplicación de conceptos comunicativos en la obtención de un objetivo, que ha sido planteado con anterioridad gracias a un diagnóstico. Podemos afirmar que la comunicación es muy necesaria para mantener la salud de las organizaciones y que influye de cierta forma en la organización<sup>15</sup>

**Sondeo de Opinión.** El sondeo de opinión consiste en una serie de preguntas abiertas y/o cerradas que se le hace a un determinado público. Con base en esta herramienta, se puede determinar un problema y establecer los mecanismos para darle solución

Como señala José Ignacio Wert<sup>16</sup>, la idea de “verdad”, incluso en su sentido más operativo, comporta una importante carga de subjetivismo, aunque tampoco se deba asumir que los entrevistados “mientan de forma generalizada” (se presupone que dicen la verdad).

**Buzón de Sugerencias.** El buzón de sugerencias es una herramienta de comunicación que permite a los empleados expresar sus opiniones e inconformidades sobre la actividad laboral. El debate de estas consideraciones ayuda a fortalecer el clima laboral y la buena ejecución de las funciones diarias.

---

<sup>15</sup> NEWSTROM, Johny. Comportamiento humano en el trabajo. (México: Mc Grawhill, 2007). p. 45

<sup>16</sup> WERT, José Ignacio. Carta abierta a un incrédulo sobre las encuestas y su muy disputado crédito. (Barcelona, 1996). p. 46-54.

**Sobre las manifestaciones o sugerencias.** Para Martínez Ceballos, “la petición manifestación tiene por objeto expresar un deseo cualquiera o dar una información a las autoridades competentes sobre determinado asunto con el propósito de que se tomen ciertas medidas de carácter individual o colectivo”<sup>17</sup>

Por otro lado el profesor Becerra Pinilla enuncia que las manifestaciones se presentan:

“cuando hacen llegar a las autoridades la opinión del peticionario sobre una materia sometida a actuación administrativa”<sup>18</sup>

## **2.2. ENFOQUE LEGAL**

### **2.2.1 Constitución Política de Colombia**

**Artículo 23.** Toda persona tiene Derecho a presentar peticiones respetuosas a las autoridades por motivos de interés general o particular y a obtener pronta resolución. El legislador podrá reglamentar su ejercicio ante organizaciones privadas para garantizar los Derechos fundamentales<sup>19</sup>

### **2.2.2 Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo**

**Artículo 22.** Organización para el trámite interno y decisión de las peticiones.

Las autoridades deberán reglamentar la tramitación interna de las peticiones que les corresponda resolver, y la manera de atender las quejas para garantizar el buen funcionamiento de los servicios a su cargo.

Cuando más de diez (10) ciudadanos formulen peticiones de información análogas, la Administración podrá dar una única respuesta que publicará en un diario de amplia circulación, la pondrá en su página web y entregará copias de la misma a quienes las soliciten.<sup>20</sup>

---

<sup>17</sup> MARTINEZ CEBALLOS, Guillermo José. El Derecho de Petición. Primera Edición. (Bogotá, Colombia, 2002). p. 20

<sup>18</sup> BECERRA PINILLA, Jorge. EL Derecho de Petición, Primera Edición. (Bogotá Colombia: Ediciones Jurídicas Gustavo Ibáñez, 1995). p. 40

<sup>19</sup> CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Título II. de los derechos, las garantías y los deberes. capítulo i. de los derechos fundamentales. Art 23.

<sup>20</sup> RAMAJUDICIAL, Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso (s.l.) [On line]. Actualizado en el 2009. [Citado el 14 de julio de 2014]. Disponible en internet en: <<http://www.ramajudicial.gov.co/csj/downloads/UserFiles/File/ALTAS%20CORTES/CONSEJO%20SUPERIOR/CENDOJ/Publicaciones/C%C3%93DIGO%20CONTENCIOSO%20ADMINISTRATIVO%20-%20Interiores.pdf>>

### 2.2.3 Ley 962 de 2005

**Artículo 6°. Medios tecnológicos.** Para atender los trámites y procedimientos de su competencia, los organismos y entidades de la Administración Pública deberán ponerlos en conocimiento de los ciudadanos en la forma prevista en las disposiciones vigentes, o emplear, adicionalmente, cualquier medio tecnológico o documento electrónico de que dispongan, a fin de hacer efectivos los principios de igualdad, economía, celeridad, imparcialidad, publicidad, moralidad y eficacia en la función administrativa. Para el efecto, podrán implementar las condiciones y requisitos de seguridad que para cada caso sean procedentes, sin perjuicio de las competencias que en esta materia tengan algunas entidades especializadas.

La sustanciación de las actuaciones así como la expedición de los actos administrativos, tendrán lugar en la forma prevista en las disposiciones vigentes. Para el trámite, notificación y publicación de tales actuaciones y actos, podrán adicionalmente utilizarse soportes, medios y aplicaciones electrónicas.

Toda persona podrá presentar peticiones, quejas, reclamaciones o recursos, mediante cualquier medio tecnológico o electrónico del cual dispongan las entidades y organismos de la Administración Pública.

En los casos de peticiones relacionadas con el reconocimiento de una prestación económica en todo caso deben allegarse los documentos físicos que soporten el derecho que se reclama.

La utilización de medios electrónicos se regirá por lo dispuesto en la Ley 527 de 1999 y en las normas que la complementen, adicionen o modifiquen, en concordancia con las disposiciones del Capítulo 8 del Título XIII, Sección Tercera, Libro Segundo, artículos 251 a 293, del Código de Procedimiento Civil, y demás normas aplicables, siempre que sea posible verificar la identidad del remitente, así como la fecha de recibo del documento.

**Parágrafo 1°.** Las entidades y organismos de la Administración Pública deberán hacer públicos los medios tecnológicos o electrónicos de que dispongan, para permitir su utilización.

**Parágrafo 2°.** En todo caso, el uso de los medios tecnológicos y electrónicos para adelantar trámites y competencias de la Administración Pública deberá garantizar los principios de autenticidad, disponibilidad e integridad.

**Parágrafo 3°.** Cuando la sustanciación de las actuaciones y actos administrativos se realice por medios electrónicos, las firmas autógrafas que los mismos requieran, podrán ser

sustituidas por un certificado digital que asegure la identidad del suscriptor, de conformidad con lo que para el efecto establezca el Gobierno Nacional.<sup>21</sup>

#### **2.2.4 Ley 1474 de 2011**

**Artículo 76.** Oficina de Quejas, Sugerencias y Reclamos. En toda entidad pública, deberá existir por lo menos una dependencia encargada de recibir, tramitar y resolver las quejas, sugerencias y reclamos que los ciudadanos formulen, y que se relacionen con el cumplimiento de la misión de la entidad.

La oficina de control interno deberá vigilar que la atención se preste de acuerdo con las normas legales vigentes y rendirá a la administración de la entidad un informe semestral sobre el particular. En la página web principal de toda entidad pública deberá existir un link de quejas, sugerencias y reclamos de fácil acceso para que los ciudadanos realicen sus comentarios.

Todas las entidades públicas deberán contar con un espacio en su página web principal para que los ciudadanos presenten quejas y denuncias de los actos de corrupción realizados por funcionarios de la entidad, y de los cuales tengan conocimiento, así como sugerencias que permitan realizar modificaciones a la manera como se presta el servicio público.

La oficina de quejas, sugerencias y reclamos será la encargada de conocer dichas quejas para realizar la investigación correspondiente en coordinación con el operador disciplinario interno, con el fin de iniciar las investigaciones a que hubiere lugar.

El Programa Presidencial de Modernización, Eficiencia, Transparencia y Lucha contra la Corrupción señalará los estándares que deben cumplir las entidades públicas para dar cumplimiento a la presente norma.

Parágrafo. En aquellas entidades donde se tenga implementado un proceso de gestión de denuncias, quejas y reclamos, se podrán validar sus características contra los estándares exigidos por el Programa Presidencial de Modernización, Eficiencia, Transparencia y Lucha contra la Corrupción.<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA. LEY 962 DE 2005 (s.l.) [On line]. Actualizado en el 2009. [Citado el 14 de julio de 2014]. Disponible en internet en: <<http://www.pascualbravo.edu.co/pdf/leyes/962.pdf>>

<sup>22</sup> COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA LEY 1474 DE 2011 (s.l.) [On line]. Actualizado en el 2009. [Citado el 14 de julio de 2014]. Disponible en internet en: <[http://programa.gobiernoonlinea.gov.co/apc-aa-files/92e2edae878558af042aceafd1fc4d8/ley1474\\_2011.pdf](http://programa.gobiernoonlinea.gov.co/apc-aa-files/92e2edae878558af042aceafd1fc4d8/ley1474_2011.pdf)>

### **3. INFORME DE CUMPLIMIENTO DE TRABAJO**

#### **3.1 PRESENTACIÓN DE RESULTADOS**

##### **3.1.1 Realizar un diagnóstico situacional del portal web de NTN24**

**Diagnóstico del portal web de NTN24 (NTN24.com).** El portal web de NTN24 se creó de manera simultánea al canal de televisión en el año 2008, como parte de un proyecto de RCN Televisión. A lo largo de estos seis años, la página ha tenido cambios en cuanto al diseño web, el recurso humano y en los procesos y procedimientos, para llevar a cabo determinada tarea.

En la actualidad, de acuerdo a las disposiciones de las directivas de NTN24.com, se siguen modificando procedimientos operativos de acuerdo a los intereses organizacionales y una mejor presentación de las noticias para los receptores.

Como parte de este proyecto de pasantía, se ha decidido realizar una estrategia comunicativa que busca mejorar los procesos operativos y la asignación de tareas entre sus miembros. Además, establecer un horizonte institucional claro y presentar una serie de alternativas para mejorar el clima laboral.

Como parte de un diagnóstico inicial, se llevó a cabo un sondeo de opinión a los practicantes, periodistas, coordinadores editoriales y demás directivas de NTN24.com, preguntándoles acerca de las falencias que tenía el portal.

Se clasificaron los problemas encontrados en cuatro categorías: técnicos, periodísticos, organizacionales y de recurso humano.

Los resultados obtenidos a través del sondeo se describen a continuación:

**Técnicos.** En algunas ocasiones, la plataforma no permite subir noticias en las primeras horas de la mañana

No hay buena navegación en el portal. Por ejemplo, se dificulta buscar una noticias de hace dos meses.

Los computadores son lentos y los que hay no son suficientes

En algunas ocasiones, la señal en vivo no carga

##### **Periodísticos:**

Se priorizan ciertos temas frente a otros

No hay investigación periodística real

No hay cubrimiento propio de fuentes

No hay espacios televisivos para ver cómo se están moviendo las redes sociales  
No hay reportería. Siempre encerrados en el puesto de trabajo  
Los temas que se manejan en NTN24.com no tienen concordancia con los que se manejan en NTN24News.com  
El portal no es fácil de manejar a la hora de crear una noticia nueva

### **Organizacionales**

Falta de comunicación entre los distintos niveles jerárquicos  
Falta de preparación hacia nuevos integrantes  
Falta de filtros en la escogencia de los periodistas  
No se aplica correctamente el organigrama  
No hay un líder real dentro de NTN24.com al que se le pueda preguntar acerca de la línea editorial del canal o temas como política

### **Recurso humano:**

Falta de personal para alimentar todas las secciones del portal y no enfocarse en un único tema  
Mejorar procesos de inducción en los practicantes

### **3.1.2 Desarrollar herramientas para una correcta asignación de tareas en el portal web de NTN24**

**Actividad.** Crear un manual de funciones para el portal web de NTN24

### **MANUAL DE FUNCIONES DEL PORTAL WEB DE NTN24**



## INTRODUCCIÓN

El portal web de NTN24 es una dependencia que hace parte del Centro Internacional de Medios Alternativos (CIMA) y que incluye además los sitios web de Mundo Fox y NTN24 NEWS, propiedad de la organización Ardila Lule.

Para cualquier dependencia o empresa es importante tener un horizonte institucional, para establecer los objetivos, las directrices y las perspectivas futuras que definirán el presente y el futuro del área específica

Al hablar puntualmente de la página web de NTN24, las funciones y los procesos se desarrollan conforme las exigencias del día a día y en cuestión no hay un elemento real que motive y dirija la actividad periodística.

La necesidad de establecer un horizonte institucional y un manual de funciones es clave para la ejecución óptima y efectiva de las labores periodísticas.

Gracias a un manual de funciones y a la elaboración de un horizonte institucional, los integrantes de NTN24.com conocerán la razón de ser de la actividad que realizan y tendrán un fundamento que oriente los planes y estrategias, para la consecución de los objetivos.

Se espera que este documento se convierta en una guía para las personas que laboran en el portal web de NTN24, y aquellos profesionales o estudiantes de comunicación social y/o periodismo que quieran ser parte de este equipo de trabajo.

## HORIZONTE INSTITUCIONAL DE NTN24.COM

**Misión.** Informar sobre los hechos que ocurren en América Latina, Estados Unidos y el resto del mundo a través de plataformas digitales como el portal web y las cuentas de Facebook, Twitter y Youtube, siendo además una herramienta de apoyo para los programas del canal.

**Visión.** NTN24.com desea convertirse en uno de los medios digitales más influyentes en español y posicionar la marca de NTN24, a través de las redes sociales y la página web.

### Valores

**Respeto.** La base en cuanto a las relaciones humanas y laborales es el respeto por la individualidad y los puntos de vista de los integrantes de NTN24.com

**Compromiso.** Las personas que trabajan para el portal web de NTN24, deben estar comprometidas con el ejercicio periodístico y los sacrificios que conlleva

**Honestidad.** Todos los que participan en la producción de contenido deben velar por la veracidad en lo que expresan al público

**Responsabilidad.** La responsabilidad en cuanto al cumplimiento de los lineamientos establecidos por las directivas de NTN24.com, es un pilar fundamental para el buen desarrollo de la labor.

**Solidaridad.** El equipo de trabajo se destaca por recibir a los nuevos miembros con amabilidad y con disposición para solucionar cualquier inquietud.

**Apoyo.** Los miembros del portal web de NTN24 consideran que todos son importantes para la ejecución correcta del trabajo.

**Comprensión.** Las directivas de NTN24 entienden que el proceso para adaptarse al ritmo de trabajo no es fácil y comprenden las fortalezas y debilidades de sus nuevos integrantes.

## **PRINCIPIOS CORPORATIVOS**

**Trabajo bajo presión.** Uno de los elementos claves de la página web de NTN24 es el trabajo bajo presión.

Las noticias no esperan y en las redes sociales es necesario estar publicando constantemente nuevos contenidos.

**Veracidad Informativa.** El portal web de NTN24 se destaca por informar al público con noticias de interés y con un gran sentido de honestidad, lo que evidencia el respeto por la audiencia.

**Imparcialidad.** NTN24.com busca siempre entregar a los usuarios, los dos lados de la noticia, para que analice y construya su punto de vista frente a los acontecimientos.

## **POLÍTICAS CORPORATIVAS.**

**Eficiencia.** El portal web de NTN24 hace parte de Nuestra Tele Noticias 24. Por su parte, el canal constituye uno de los medios internacionales de la empresa RCNTV.

Teniendo como precedente este contexto, NTN24.com cuenta con los requisitos técnicos necesarios para desarrollar las labores.

**Eficacia o Efectividad.** Los proyectos periodísticos y de posicionamiento de marca que emprende el portal web y el canal NTN24, se desarrollan satisfactoriamente, logrando controlar de manera óptima las debilidades y amenazas.



**Figura 2.** Organigrama de NTN24.com en cuanto a Redacción Web



**Fuente.** Pasante del proyecto

**Perfiles profesionales para cada uno de los cargos en la Redacción Web de NTN24**

**Cuadro 3.** Requisitos para optar al cargo Coordinador de Plataformas Digitales de NTN24

<p>EDUCACIÓN Y/O RANGO DE EDAD</p>	<p>Tener un título profesional en carreras como Comunicación Social, Periodismo, Mercadeo, Publicidad y/o afines</p> <p>Preferiblemente debe contar con una especialización, ser bilingüe y ser mayor de 25 años</p>
<p>HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS PROFESIONALES</p>	<p>Ser capaz de crear contenidos digitales y conocer las estrategias para promocionarlos correctamente</p> <p>Conocer de manera profunda los procesos de NTN24.com, para tener el criterio a la hora de señalar que una tarea está bien o mal.</p> <p>Saber de relaciones públicas, pues se</p>

Cuadro 3. (Continuación)

	encargará de acuerdos dentro de la misma empresa y con otras organizaciones. Conocer de presupuesto, contrataciones, temas legales y estrategias en el campo digital para potencializar el negocio
CUALIDADES HUMANAS	Ser capaz de liderar un equipo  Generar confianza por su compromiso y responsabilidad

**Fuente.** Pasante del proyecto

**Cuadro 4.** Requisitos para optar al cargo de Coordinador Editorial del portal web de NTN24

EDUCACIÓN Y/O RANGO DE EDAD	Ser graduado en carreras como Comunicación Social, Periodismo, Mercadeo, Publicidad y/o afines Tener entre 25 y 30 años
HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS PROFESIONALES	Haber trabajado como periodista digital como mínimo de dos años Manejar las redes sociales que sean necesarias para la comunicación con la audiencia como Facebook, Twitter, Youtube y Google + Haber sido Community Manager en otra empresa
CUALIDADES HUMANAS	Capacidad de liderazgo Tener habilidades para trabajar en grupo

**Fuente.** Pasante del proyecto

**Cuadro 5.** Requisitos para optar al cargo de Periodista del portal web de NTN24

EDUCACIÓN Y/O RANGO DE EDAD	Ser graduado en carreras como Comunicación Social, Periodismo y/o afines
HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS PROFESIONALES	Tener conocimientos en la redacción y promoción de los contenidos digitales Poseer habilidades como Community Manager
CUALIDADES HUMANAS	Ser proactivo Estar dispuestos al cambio Trabajar en equipo

**Fuente.** Pasante del proyecto

**Cuadro 6.** Requisitos para ser Practicante del portal web de NTN24

EDUCACIÓN Y/O RANGO DE EDAD	Ser estudiante de Comunicación Social, Periodismo y/o afines
HABILIDADES Y CONOCIMIENTOS PROFESIONALES	Tener fundamentos en redacción de contenidos digitales Poseer habilidades en la edición de videos
CUALIDADES HUMANAS	Ser proactivo Estar dispuesto al cambio

**Fuente.** Pasante del proyecto

### **FUNCIONES EN EL PORTAL NTN24.COM**

**Cuadro 7.** Funciones del Coordinador de plataformas digitales de NTN24

FUNCIONES EN CUANTO A LA CREACIÓN Y SUPERVISIÓN DE LOS CONTENIDOS DIGITALES	<p>Supervisar actividades editoriales del portal web NTN24.com, NTN24 News y MundoFOX Noticias</p> <p>Adelantar un cronograma de actividades que fortalezca el contenido propio en los diferentes portales.</p> <p>Trabajar de la mano con los editores en la producción de piezas audiovisuales</p> <p>Hacer que se cumplan de manera eficaz y efectiva las propuestas realizadas en la reunión editorial diaria.</p> <p>Revisar que las metas establecidas se cumplan</p> <p>Verificar que los portales estén actualizados y reportar a la coordinadora que quede en turno en qué estado se encuentran</p> <p>Verificar que los videos y plataformas donde se suben los contenidos audiovisuales estén funcionando de manera correcta</p> <p>Alertar de Últimas Noticias y verificar que la información sea confirmada</p> <p>Revisión de medios nacionales e internacionales para redactar noticias propias que generen tráfico en el portal web</p> <p>Revisión de noticias de agencias como EFE y AFP</p> <p>Realizar una reunión editorial los días viernes para coordinar los temas a tratar durante los turnos del fin de semana</p>
FUNCIONES EN CUANTO A	Proponer maneras de vender la noticia al inicio

Cuadro 7. (Continuación)

<p>LA PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES</p>	<p>de cada jornada y durante la misma, en una reunión editorial diaria.</p>
<p>FUNCIONES EN CUANTO A LA REALIZACIÓN DE TAREAS OPERATIVAS</p>	<p>Coordinar actividades operativas portal web NTN24.com, NTN24 News y MundoFOX Noticias  Realizar horarios de practicantes, calificarlos y llevar adelante los convenios para su llegada al portal.  Revisión de contrataciones por Ennova SAS y NTN24  Revisión y envío de cuentas de cobro y vales de taxi, previamente organizados.  Atenta a solicitudes operativas del director de NTN24.com y del CIMA</p>

**Fuente.** Pasante del proyecto

**Cuadro 8.** Funciones de los Coordinadores Editoriales del portal web de NTN24

<p>FUNCIONES EN CUANTO A LA CREACIÓN Y SUPERVISIÓN DE LOS CONTENIDOS DIGITALES</p>	<p>Revisión de medios internacionales  Revisión de agencias internacionales como EFE y AFP  Redacción de notas propias que generen tráfico en el sitio web  Velar por el cambio de la encuesta y la frase del día según el cronograma.  Realizar una distribución de secciones para practicantes y periodistas  Proponer temas que aporten a las reuniones editoriales que se llevan a cabo  Supervisar el portal web NTN24 y evaluar con el coordinador/a de plataformas digitales, lo que se ha venido realizando en la jornada a través de un reporte.  Revisar y publicar el contenido de los practicantes y periodistas que tenga a cargo  Revisar videos y verificar que queden correctamente subidos y publicados en las plataformas respectivas. (Darle visibilidad en el home)  Redactar y producir contenidos de sus respectivas secciones (Videos y notas)  Cumplir con las metas establecidas en seguidores de redes sociales y tráfico en el portal.</p>
--	---

Cuadro 8. (Continuación)

<p>FUNCIONES EN CUANTO A LA PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES</p>	<p>Enviar Tweets, postear en Facebook y Google+ las noticias de NTN24 y programar en las redes sociales, supervisado por el coordinador/a de plataformas digitales                      Recordar a los periodistas la programación fines de semana en Twitter (tweets)                      Enviar por redes sociales la actualización de los noticieros.</p>
---	---

**Fuente.** Pasante del proyecto

**Cuadro 9.** Funciones de los Periodistas del portal web de NTN24

<p>FUNCIONES EN CUANTO A LA CREACIÓN Y SUPERVISIÓN DE LOS CONTENIDOS DIGITALES</p>	<p>Actualizar las secciones del portal que se les haya asignado al inicio de la jornada de trabajo, a través de la redacción de noticias o revisión en agencias                      Redactar el texto de los videos que sean asignados por parte de los practicantes que se encarguen de la edición y que se publicarán en la página web y en el portal de Youtube                      Revisar las noticias y videos que sean redactados o editados por los practicantes                      Dar solución a cualquier duda que tenga el practicante para que el trabajo se lleve a cabo de manera satisfactoria                      Participar de manera activa en la producción de las piezas audiovisuales de la sección “Culturizando”</p>
<p>FUNCIONES EN CUANTO A LA PROMOCIÓN EN REDES SOCIALES</p>	<p>Redactar las opciones de Tweets y publicaciones en Facebook, con el propósito de que sean atractivos y generen tráfico en la página web                      Enviar a las coordinadoras editoriales, las fotos de las noticias que consideran deben compartirse en Facebook.</p>

**Fuente.** Pasante del proyecto

**Cuadro 10.** Funciones de los Practicantes del portal web de NTN24

FUNCIONES EN CUANTO A LA CREACIÓN Y SUPERVISIÓN DE LOS CONTENIDOS DIGITALES	Apoyar la actualización del portal web, a través de la redacción de noticias y la revisión en agencias como EFE y AFP. Redactar el texto de los videos que le sean asignados y que serán revisados por los periodistas Editar los videos de El Informativo de NTN24 y otros contenidos del canal que necesiten estar en la página web, entre semana y en algunos fines de semana. Asegurarse que los textos de los videos publicados en el portal estén presentes en otras plataformas como Youtube y Vimeo.
---	---

**Fuente.** Pasante del proyecto

**3.1.3 Implementar alternativas de comunicación orientadas al fortalecimiento del clima organizacional.** Actividades:

**Realizar un buzón de sugerencias y generar espacios dentro del portal web para debatir las opiniones consignadas.** La metodología a desarrollar con el buzón de sugerencias se describe a continuación: Se establece un buzón donde los integrantes de NTN24.com (coordinadores, periodistas y practicantes), consignen de manera anónima las recomendaciones para resolver las falencias que vean en el trabajo diario, de índole periodística o de relación con los compañeros.

Los días viernes de cada semana, con motivo de la reunión para definir los temas editoriales a tratar el sábado y el domingo, se socializan los resultados y el coordinador de plataformas digitales las tendrá en cuenta para hacer los correctivos necesarios, involucrando a los demás miembros.

Este método se aplicará cada semana, pues cualquier dependencia en una empresa, y en especial el portal web de NTN24 debe estar en constante evaluación.

Los días lunes de cada semana, el buzón de sugerencias estará vacío, pues ya el coordinador de plataformas digitales tomó nota de los problemas y recomendaciones de la semana transcurrida.

**Fotografía 1.** Buzón de sugerencias para NTN24.com



**Fuente.** Pasante del proyecto

**Entregar un informe** donde se describan los resultados de la actividad y la importancia de este mecanismo en la búsqueda de un mejor clima laboral. Gracias a la actividad del buzón de sugerencias y a otras entrevistas realizadas, se pudo concluir:

Los practicantes del portal web recomiendan a las nuevas personas que editen videos, avisar a los periodistas si crearon el nodo con la URL de Youtube o con la de Vimeo. En resumen, se solicita claridad en los procedimientos operativos al momento de elaborar los distintos contenidos digitales.

Para los miembros, un elemento clave es el respeto y la correcta forma de impartir las indicaciones. Además, expresan que un tono correcto a la hora de hablar genera un mejor clima de trabajo y un mayor agrado a la hora de realizar las labores periodísticas.

Otra sugerencia importante planteada por los miembros del portal web de NTN24, es no trabajar los domingos ni festivos. Si sucede lo contrario, las horas laboradas deben ser remuneradas.

El buzón de sugerencias es una alternativa de comunicación que permite medir el clima organizacional en una dependencia o empresa, y que hace posible que sus directivas tomen los correctivos necesarios en pro del bienestar de sus miembros, lo que se verá reflejado en la mejor calidad de la labor realizada.

### **3.1.4 Ejecutar actividades que posicionen la identidad corporativa entre los miembros del portal web de NTN24. Actividades**

**Desarrollar cuestionarios para indagar a los miembros del portal web de NTN24 sobre los elementos del horizonte institucional.** Los miembros del portal web de NTN24 fueron indagados sobre la importancia que para ellos tiene la formulación de un horizonte institucional.

Las respuestas consideran que es necesario para saber con claridad la razón de ser y las metas que se propone el área. Además, sirve para formular los planes y estrategias para cumplir los objetivos.

Por otro lado, refleja las características de cada uno de los miembros de la organización frente a la sociedad y muestra los públicos objetivos, a los que se dirige la actividad informativa.

El horizonte institucional es preponderante, pues determina la razón de la labor periodística y la creación de contenidos digitales, buscando dar un sentido a lo que se hace.

**Realizar los componentes del horizonte institucional de NTN24.com (misión, visión, valores, principios y políticas corporativas)**

**HORIZONTE INSTITUCIONAL DE NTN24.COM (se encuentra en el manual de funciones. Ver págs. 43 Y 44)**



#### 4. DIAGNÓSTICO FINAL

Los miembros del portal web de NTN24 después del desarrollo de la pasantía, son conscientes de la relevancia que tiene una buena comunicación interna, que se refleja en una mejor calidad de los contenidos digitales y una mayor disposición al trabajo.

Desde el aspecto profesional, en NTN24.com se creó e implementó una estrategia que oriente la comunicación interna a través del desarrollo de un horizonte institucional, un buzón de sugerencias y un manual de funciones. Todas estas actividades justificadas en un previo diagnóstico situacional a esta dependencia.

Las acciones realizadas se constituyen en herramientas que pueden seguir poniendo en práctica las directivas de la página web de NTN24, entendiendo que unos trabajadores motivados y a los que se les toma en cuenta, pondrán todas sus capacidades al servicio de los objetivos de la organización.

## 5. CONCLUSIONES

Al finalizar el trabajo realizado en el portal web de NTN24.com, se puede concluir que, que el manual de funciones es importante para esta dependencia, pues describe de manera clara los requerimientos que deben cumplir un practicante, periodista o coordinador externo que quieran ser parte del grupo de trabajo de NTN24.com. Además, aclara las tareas y deberes inherentes a cada cargo. Este tipo de herramienta es importante para cualquier dependencia o empresa, porque eliminan las confusiones en cuanto a las obligaciones que tiene cada miembro en relación al portal web, y mejora la calidad y presentación de los contenidos informativos.

Por otro lado, el buzón de sugerencias es clave para el clima organizacional, considerándolo como otro de los pilares de la estrategia de comunicación externa, pues permite medir y evaluar el tipo de relación que existe entre las personas que conforman el grupo de trabajo de NTN24.com

La identidad corporativa como uno de los aspectos claves para una organización, debe también tener su lugar en la página web de NTN24. En este sentido, la elaboración de los elementos del horizonte institucional, es decir la misión, la visión, los principios, valores y políticas corporativas, se convierten en una herramienta poderosa para darle significado y trascendencia a la actividad periodística y mejorar el desarrollo de estrategias para alcanzar la visión deseada.

Por último, se hace necesaria la implementación de un mecanismo que permita medir el clima organizacional.

La experiencia en el portal web de NTN24 es muy enriquecedora a nivel personal y profesional, pues se afianzan cualidades humanas y se desarrollan habilidades propias de la comunicación social, como la edición de videos, la redacción de noticias, la revisión de información procedente de agencias internacionales como EFE y AFP.

Este espacio de trabajo y aprendizaje permite conocer de manera más detallada las características, estrategias y retos del periodismo digital, como uno de los sectores con mayor auge en la actualidad debido a la globalización y a la sociedad del conocimiento.

## BIBLIOGRAFÍA

BARKLER, Joel. La otra cara del espejo. Editorial Plaza Y Janés. 1974.

BECERRA PINILLA, Jorge. EL Derecho de Petición, Primera Edición. (Bogotá Colombia: Ediciones Jurídicas Gustavo Ibáñez, 1995). p. 40

BRIAN, James; MINTZBERG, Henry y VOYER, John. El Proceso Estratégico. Conceptos, Contextos y Casos. 1ed. (México: Prentice Hall, 1997). p. 145-147

BURGWAL, Gerrit y CUELLAR, Juan Carlos. Planificación Estratégica y Operativa. 1999. p. 258 – 260.

CHIAVENATO, Idalberto. Introducción a la Teoría General de la Administración. 3ed. (México: Mc Graw Hill, 1987).

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE COLOMBIA. Título II. De los derechos, las garantías y los deberes. Capítulo I. de los derechos fundamentales. Art 23.

DESSLER, Gary. Organización y Administración Enfoque Situacional. Editorial Prentice/Hall internacional, 1976.

Gerencia Administrativa y Financiera de NTN24

GUTIÉRREZ, Eduardo. PEI. Una construcción de sentido. (Bogotá: Santillana, 1995). p.79

MARTINEZ CEBALLOS, Guillermo José. El Derecho de Petición. Primera Edición. (Bogotá, Colombia, 2002). p. 20

NEWSTROM, Johny. Comportamiento humano en el trabajo. (México: Mc Grawhill, 2007). p. 45

OGLIASTRI, Enrique. Un Modelo de Diagnóstico e Intervención. Revista Desarrollo Organizacional. Editorial Universitaria de América Ltda, 1977.

OLINS, Wally. Identidad corporativa, Proyección en el diseño de la estrategia comercial. (Madrid: Celeste Ediciones, 1991). p.7

PAZMIÑO, Aracely. Planificación y Liderazgo. Quito, 2007.p.9

SANZ DE LA TAJADA, Luis Ángel. Integración de la identidad y la imagen de la empresa.p.41

VILLAFAÑE, Justo. Imagen positiva. La gestión estratégica de la imagen de las empresas. (Madrid, 1993). p. 28-29

WERT, José Ignacio. Carta abierta a un incrédulo sobre las encuestas y su muy disputado crédito. (Barcelona, 1996). p. 46-54.

## REFERENCIAS DOCUMENTALES ELECTRÓNICAS

COLOMBIA. CONGRESO DE LA REPUBLICA LEY 1474 DE 2011 (s.l.) [On line]. Actualizado en el 2009. [Citado el 14 de julio de 2014]. Disponible en internet en: <[http://programa.gobiernoenlinea.gov.co/apc-aa-files/92e2edae878558af042aceeafd1fc4d8/ley1474\\_2011.pdf](http://programa.gobiernoenlinea.gov.co/apc-aa-files/92e2edae878558af042aceeafd1fc4d8/ley1474_2011.pdf)>

----- LEY 962 DE 2005 (s.l.) [On line]. Actualizado en el 2009. [Citado el 14 de julio de 2014]. Disponible en internet en: <<http://www.pascualbravo.edu.co/pdf/leyes/962.pdf>>

RAMAJUDICIAL, Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso (s.l.) [On line]. Actualizado en el 2009. [Citado el 14 de julio de 2014]. Disponible en internet en: <<http://www.ramajudicial.gov.co/csj/downloads/UserFiles/File/ALTAS%20CORTES/CONSEJO%20SUPERIOR/CENDOJ/Publicaciones/C%C3%93DIGO%20CONTENCIOSO%20ADMINISTRATIVO%20-%20Interiores.pdf>>

# **ANEXOS**

## **Anexo 1.** Hoja guía para la actividad del buzón de sugerencias

### **USO DEL BUZÓN DE SUGERENCIAS**

El clima organizacional dentro de una dependencia es muy importante, y para su mejoramiento es necesaria la intervención de todos los miembros.

Coloca de manera anónima en este buzón, un papel donde describas un problema que tenga el portal web de ntn24 y des una recomendación para solucionarlo.

Ten en cuenta que esas posibles falencias incluyen:

Temas editoriales  
Aspectos periodísticos

Se sugiere especial atención a aquellas ocasiones que afectan el clima laboral y generan incomodidad, como:

La forma en que se impartió una orden  
El tono que se usa entre los compañeros para comunicarse

**Anexo 2. Manual de funciones de NTN24.com**

Ver archivo anexo