

GESTIÓN DE CONTENIDOS PARA EL PORTAL WEB CONELTEC S.A.S

JENNY ALEXANDRA VALDERRAMA SÁNCHEZ

**Trabajo de grado en modalidad pasantía
para optar por el título de
Comunicador(a) Social – Periodista**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
BUCARAMANGA**

2018

GESTIÓN DE CONTENIDOS PARA EL PORTAL WEB CONELTEC S.A.S

JENNY ALEXANDRA VALDERRAMA SÁNCHEZ

**Trabajo de grado en modalidad pasantía
para optar por el título de
Comunicador(a) Social – Periodista**

Supervisor: OLGA BEATRIZ RUEDA

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO
BUCARAMANGA**

2018

NOTA DE ACEPTACIÓN:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga octubre de 2018

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN.....	7
I. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN.....	9
II. OBJETIVOS.....	12
III. MARCO REFERENCIAL.....	13
IV. ACTIVIDADES DESARROLLADAS.....	15
V. GLOSARIO.....	17
VI. CONCLUSIONES	
BIBLIOGRAFÍA.....	18

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: GESTIÓN DE CONTENIDOS PARA EL PORTAL WEB CONELTEC S.A.S

AUTOR(ES): JENNY ALEXANDRA VALDERRAMA SÁNCHEZ

PROGRAMA: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): OLGA BEATRIZ RUEDA BARRIOS

RESUMEN

Este proyecto es el resultado de un proceso que durante seis meses se realizó en la modalidad de pasantía para la empresa de telecomunicaciones CONELTEC S.A.S cuyo objetivo principal fue gestionar contenido para el portal web de dicha empresa, dedicada al diseño y ejecución de proyectos de ingeniería. Para el cumplimiento de los objetivos planteados se llevó a cabo un plan de acción cuyo eje principal fue la actualización y creación de contenido para dicho portal web, identificando como punto de partida las necesidades de visibilidad virtual que requería la empresa. Así mismo, se rediseñó el contenido corporativo de la empresa y semanalmente se realizó la actualización de noticias, además de publicaciones con información útil y relevante para los usuarios referente a temas propios de los servicios ofrecidos. Otro de los puntos claves para el cumplimiento de estos objetivos fue vincular e integrar en este proyecto a empleados de las diferentes áreas con el fin de generar contenido diverso al portal web. Siendo una empresa con 16 años de posicionamiento en el mercado, CONELTEC S.A.S le apunta a un alcance digital a la mano de todos su público, interno y externo, siendo ellos el objetivo principal de la compañía y de esta manera superar las expectativas convirtiéndose en aliados para el cumplimiento de las necesidades de cada uno de ellos.

PALABRAS CLAVE:

community manager, comunicación digital, web 2.0, comunicación corporativa

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: CONTENT MANAGEMENT FOR THE WEB PORTAL CONELTEC S.A.

AUTHOR(S): JENNY ALEXANDRA VALDERRAMA SÁNCHEZ

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: OLGA BEATRIZ RUEDA BARRIOS

ABSTRACT

This project is the result of a six-month internship process for the telecommunications company CONELTEC S.A.S whose main objective was to manage content for the company's web portal, dedicated to the design and execution of engineering projects. For the fulfillment of the proposed objectives, an action plan was carried out whose main axis was the updating and creation of content for said web portal, identifying as a starting point the virtual visibility needs that the company required. Likewise, the corporate content of the company was redesigned and the news update was carried out weekly, as well as publications with useful and relevant information for the users regarding issues specific to the services offered. Another of the key points for the fulfillment of these objectives was to link and integrate in this project employees from different areas in order to generate diverse content to the web portal. Being a company with 16 years of positioning in the market, CONELTEC SAS aims for a digital reach at the hands of all its public, internal and external, being them the main objective of the company and thus exceed expectations becoming allies for the fulfillment of the needs of each of them.

KEYWORDS:

community manager, digital communication, web 2.0, corporate communication

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

La propuesta del manejo de la plataforma web de la empresa CONELTEC S.A.S nace de la necesidad de crear una vitrina para dar a conocer al público interno y externo lo que se realiza a diario dentro y fuera de las instalaciones de la empresa, así como los progresos y avances que desarrolla la empresa para una mejor calidad de servicio.

Es por esto que junto con las directivas de la organización se decidió desarrollar un plan de difusión digital que fuese de interés para el público objetivo. Se debe tener en cuenta que esto es solamente el primer paso para lograr que la nueva era digital ingrese a la organización, buscando siempre un valor agregado que distinga la compañía de otras logrando así mantener su posicionamiento y reconocimiento social.

Sin lugar a dudas el papel de la comunicación digital ha logrado con el paso de los años tener un peso significativo dentro de las organizaciones, la intensidad con la que cada día más personas recurren a ellas como único medio de comunicación a llevado a crear más medios y por ende la necesidad de generar más contenido para para una sociedad digitalizada.¹

Inicialmente dentro de la organización no existía un medio virtual en el cual su público pudiera tener acceso a la empresa sin necesidad de acudir hasta sus instalaciones, información básica, pero a la vez relevante no se encontraba a la mano de los usuarios. Finalmente, el proyecto surgió y con esto se logró promover en los públicos externos e internos características de valor que tenía por ofrecer la empresa a sus usuarios.

Características que dan un valor agregado en cuanto al posicionamiento de una organización en el mercado, servicios acreditados, certificaciones que promueven la

¹ CELAYA, Javier. La empresa en la web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación on-line en la estrategia empresarial. 3º edición. Barcelona. Editorial Grupo Planeta. 2011

seguridad al consumidor en elegir esta empresa como la idónea para contratar según sus necesidades.

Por tal motivo, CONELTEC S.A.S dio camino y abrió sus puertas hacia la digitalización con el portal web, un gran paso que favorecerá su imagen corporativa, la relación con los usuarios quienes podrán acceder y encontrar allí todo lo relacionado con la organización. La experiencia fue enriquecedora y provechosa, primero porque allí se maneja un clima laboral agradable, el tener contacto con empleados de las diferentes áreas y hacerlos participes de este proyecto fue un gran logro muy satisfactorio. Quedan muchas cosas por hacer pero este fue el mejor comienzo para entender cómo actuar en este nuevo entorno digital.

I. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

NOMBRE Y UBICACIÓN DE LA EMPRESA

CONELTEC S.A.S es una empresa santandereana fundada el 22 de mayo de 2002, dedicada al diseño, construcción y mantenimiento de proyectos de ingeniería eléctrica, civil y de telecomunicaciones. Ubicada en Bucaramanga, Santander en la calle 18 # 24-36 del barrio San Francisco.

MISIÓN

En CONELTEC SAS, trabajamos sin descanso para diseñar, construir y mantener proyectos de ingeniería eléctrica, civil y de telecomunicaciones de alta calidad, que satisfagan las necesidades de nuestros clientes, hagan que nos elijan y nos recomienden, nuestro equipo de trabajo se sienta orgulloso de trabajar aquí y nuestros socios encuentren en la empresa respaldo a su inversión.

La competencia y eficiencia de nuestro equipo humano, los recursos técnicos y tecnológicos implementados, la cultura de responsabilidad, el cumplimiento de la normatividad legal y los estándares de calidad, seguridad, salud en el trabajo y medio ambiente garantizan proyectos exitosos que contribuyen al desarrollo del país.

VISIÓN

Seremos una empresa de gran proyección nacional e internacional en el sector, reconocida por su excelencia, cumplimiento en la ejecución de los proyectos y la permanente investigación e innovación para contribuir al crecimiento y desarrollo de sus grupos de interés y del país.

PRINCIPIOS Y VALORES CORPORATIVOS

Honestidad: Actuar siempre con base en la verdad y en la auténtica justicia, dando a cada cual lo que corresponda, incluidos nosotros mismos. La verdad es una sola y no depende de personas, situaciones o consensos sino lo que el mundo real nos muestra indiscutible o indispensable de reconocer.

Respeto: Para ser respetado es necesario saber respetar a los demás, a comprender al otro, a valorar sus intereses y necesidades. El respeto debe ser mutuo.

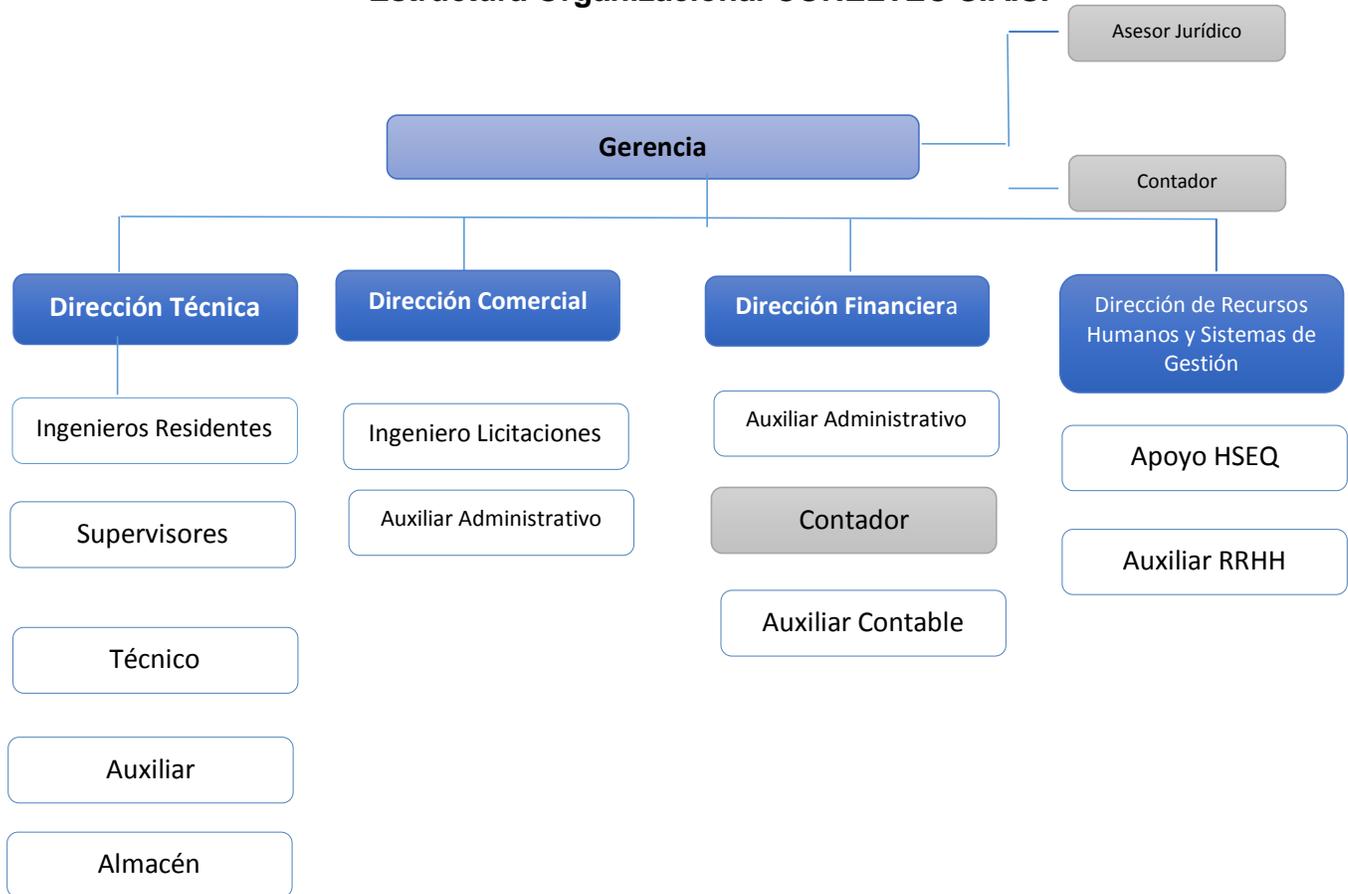
Responsabilidad: Cumplimos eficiente y eficazmente con los compromisos adquiridos y asumimos positivamente las consecuencias de nuestros actos.

Trabajo en equipo: Construimos juntos para alcanzar el éxito en la organización. La armonía no se logra por casualidad; es consecuencia del esfuerzo conjunto de quienes constituimos la organización.

Aprendizaje: Creemos en el mejoramiento continuo nutrido con la experiencia diaria. Creemos en la autoridad que confiere el conocimiento, el estudio y la experiencia. Por eso nos capacitamos y actualizamos de manera permanente y aprendemos cuando cambiamos lo que es necesario cambiar.

Excelencia: Ejecutamos nuestro trabajo de manera disciplinada y eficiente en la relación con nuestros clientes, proveedores, jefes y trabajadores.

Estructura Organizacional CONELTEC S.A.S.



OBJETIVOS

OBJETIVO GENERAL

Realizar la gestión de contenidos para el portal web de la empresa CONELTEC S.A.S

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar las necesidades de visibilidad web que requiere la empresa
- Generar visibilidad de las características de valor de la empresa
- Promover en los públicos externos e internos las características de valor de la empresa

III. REFERENTE CONCEPTUAL

Hoy en día tener una organización que cuente con medio virtual es casi ineludible teniendo en cuenta la globalización digital de las últimas décadas. Muchos ven en las redes sociales y medios digitales el puente perfecto para lograr mantener una relación más estrecha con su público de interés.

Javier Celaya, en su libro la empresa en la web 2.0 dice que “la incorporación de las nuevas tecnologías sociales en las empresas también mejorará la productividad al fomentar la colaboración y ahorrar tiempos y costes”² esto significa que este tema no es solo cuestión de entrar en una moda, sino que además haciendo buen uso de estas herramientas digitales se pueden conseguir grandes logros en cuanto a productividad de las empresas se refiere.

Pero esto no es lo único relevante dentro de esta gran transformación. Para lograr mantener y hacer buen uso de estas herramientas es indispensable dentro de la organización una persona capaz de hacer, además de necesaria, un medio eficiente que comunique y que además genere impacto dentro de la empresa. De ahí la importancia de un community manager que sea ese puente directo entre las necesidades de los usuarios y las posibilidades de la organización, o como explica la experta en gestión de comunidades Conni Bensen a quien citan en el artículo de comunidades online de la Revista de Comunicación al referirse al community manager quien es “la voz del cliente de puertas para afuera y para adentro”³

El community manager es esa persona que debe hablar en representación de la empresa a la comunidad virtual y viceversa, su papel es fundamentalmente “escuchar, hacer circular la información obtenida internamente, explicar la posición de la empresa a la comunidad, buscar líderes tanto interna como externamente y encontrar vías de colaboración entre la comunidad y la empresa”⁴ además, de interactuar con los demás departamentos que existan dentro de la organización, es por esto que se dice que esta es la persona con la voz adentro y afuera.

En la revista internacional de relaciones públicas, Katia Muñoz Vásquez expone que “el relacionador público de hoy es un community manager, es un gestor en red, que defiende las vinculaciones de la empresa de sus clientes en el ámbito digital, gracias al conocimiento de las necesidades y los planteamientos estratégicos de la organización y los intereses de los clientes, siempre alineado con todos los objetos de la organización”⁵ por este motivo el nuevo profesional de la comunicación debe ser un profesional integral que se alinee a los parámetros de las nuevas competencias y de lugar a estrategias eficientes en pro de la organización.

Así mismo, plantea sobre dicho profesional que debe ser un “generador de contenidos focalizados y estratégicos para sus públicos”⁶ teniendo en cuenta las necesidades de los usuarios, quienes a su vez cada día exigen mejores estrategias asociadas con un plan de acción.

Finalmente, debemos tener en cuenta que el futuro digital no es más que un presente en constante evolución, es por esto que “el profesional de la comunicación en la empresa deberá ser un auténtico profesional del conocimiento”⁷, las tecnologías de la información de la mano con la comunicación facilitan y optimizan indudablemente la productividad de las organizaciones, manejando una buena gestión de la información y un conocimiento organizacional imprescindible para gestionar el conocimiento de manera efectiva.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Fecha de inicio: Marzo 2018

Fecha final: Septiembre 2018

OBJETIVO ESPECIFICO	ACCIONES	TIEMPO					
		ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP
Identificar las necesidades de visibilidad web que requiere la empresa	<p>Visitar la página web y monitorear el contenido que allí se ha ingresado.</p> <p>Examinar qué tipo de contenido se ha creado para la página web.</p> <p>Desarrollar consejos de redacción para conocer por parte de los directivos de la empresa cuales son las necesidades de información que desean suplir.</p>						
Promover en los públicos externos e internos las características de valor de la empresa	<p>Con el apoyo de empleados de las diferentes áreas se recolectó la información necesaria para la actualización semanal de contenido de la página web.</p> <p>Realizar publicaciones semanales sobre las actividades, proyectos y notas</p>						

	destacadas realizadas por CONELTEC S.A.S.						
Generar visibilidad de las características de valor de la empresa	<p>Rediseñar el contenido de la página web, ajustándolo a una redacción más comprensible para el público interno y externo.</p> <p>Generar información asociada a los logros puntuales de la empresa, en cuanto a certificaciones, contenido ambiental, clima organizacional y demás de interés para los usuarios.</p>						

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

- Con la realización de este proyecto quedó como evidencia la importancia de la comunicación digital dentro de la organización y la necesidad de mantener un nivel competente dentro de la nueva revolución tecnológica.
- El community manager es la persona que relacionará la organización con su público interno y externo, es la puerta directa de los usuarios con la organización.
- Como recomendación se podría sugerir el generar y producir contenido audiovisual con el fin de hacer del portal web un lugar virtual más atractivo con actualización permanente de contenido.
- Es importante que la persona encargada de las comunicaciones prepare talleres al interior de la organización en conjunto con las demás dependencias y así lograr gestionar contenido interesante y competente.
- CONELTEC S.A.S debe apuntarle a la visibilidad de contenidos completos, incluyendo los trabajos de campo realizados, los logros obtenidos por la organización, todo lo que apunte a mantener el posicionamiento de la empresa.
- Es importante hacer registros fotográficos de todas y cada una de las actividades realizadas dentro y fuera de la organización para crear un banco de fotos y videos que se puedan utilizar cuando surja la necesidad.

BIBLIOGRAFÍA

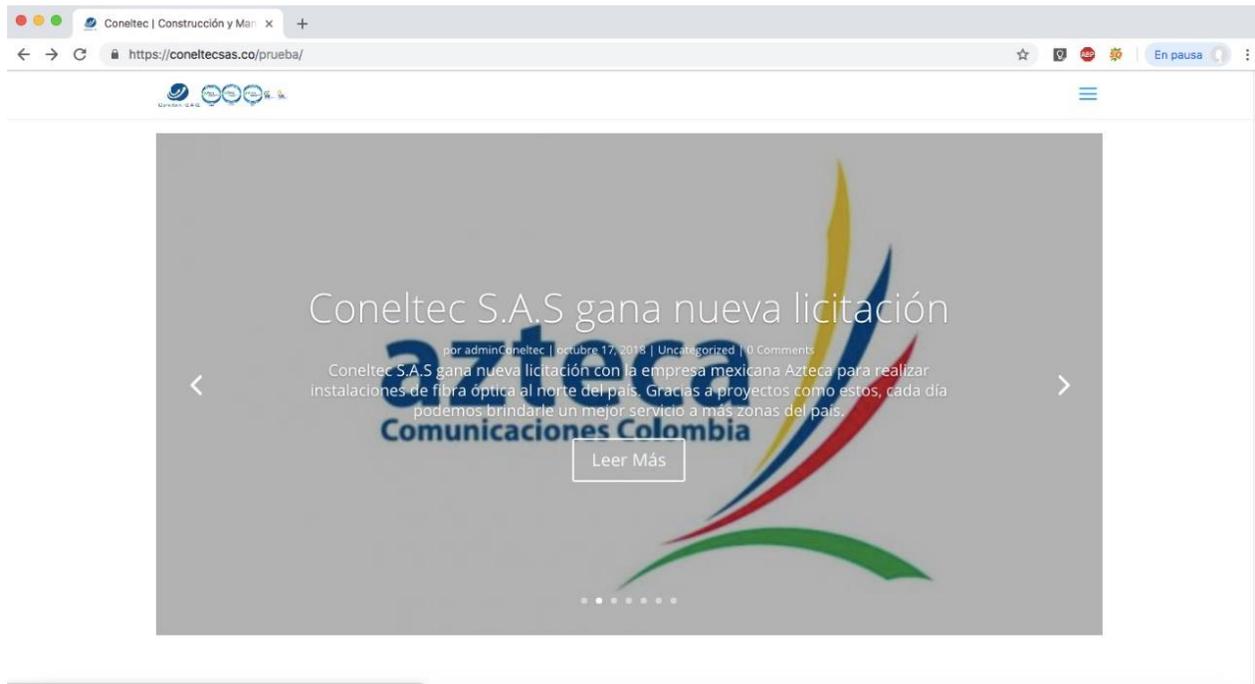
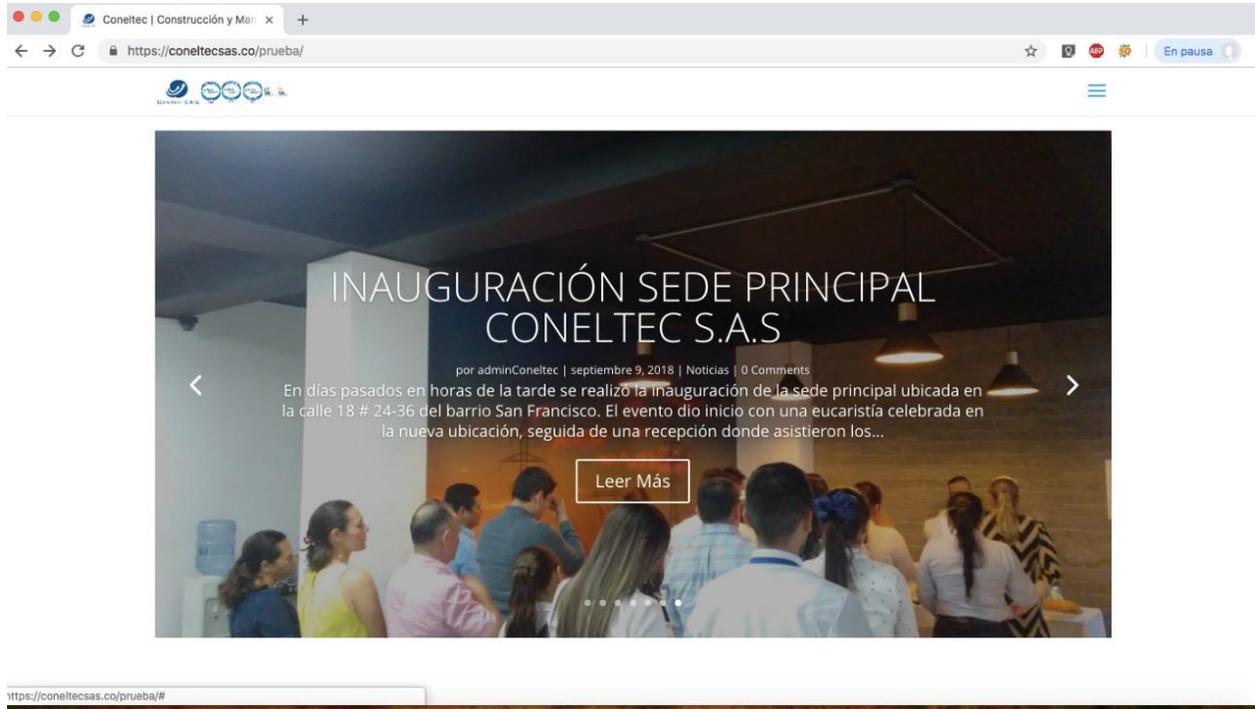
CELAYA, Javier. La empresa en la web 2.0: El impacto de las redes sociales y las nuevas formas de comunicación on-line en la estrategia empresarial. 3º edición. Barcelona. Editorial Grupo Planeta. 2011

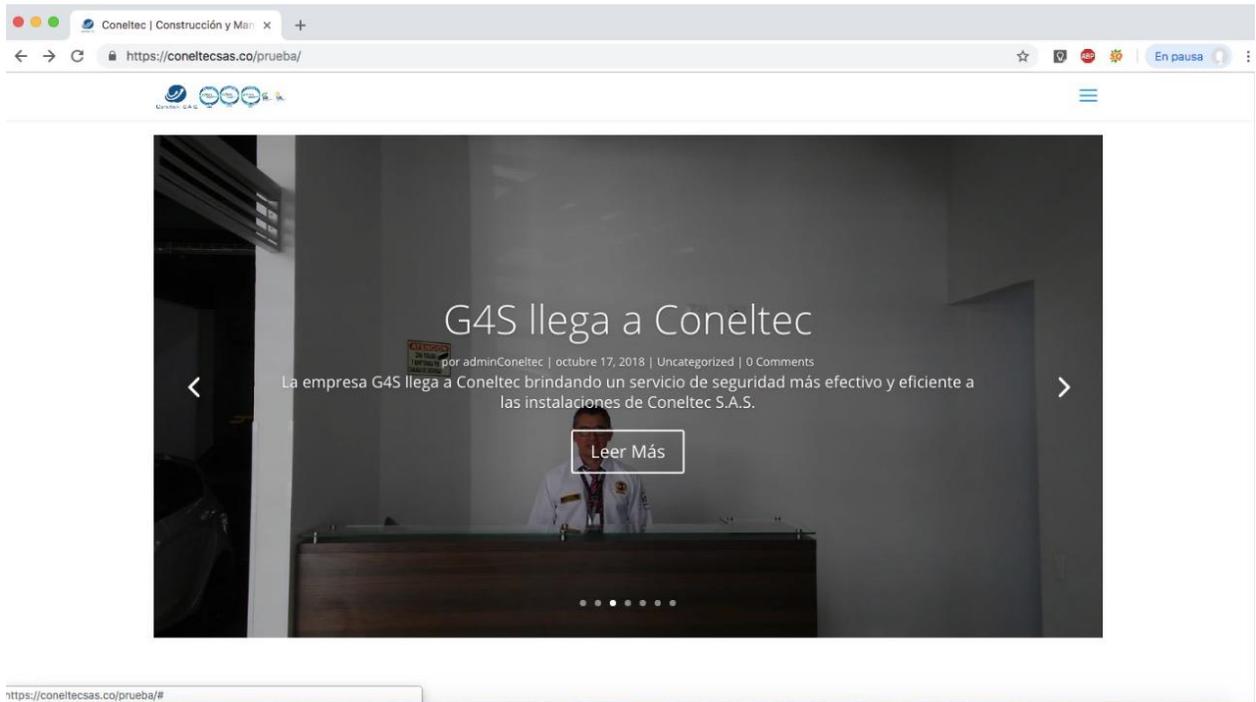
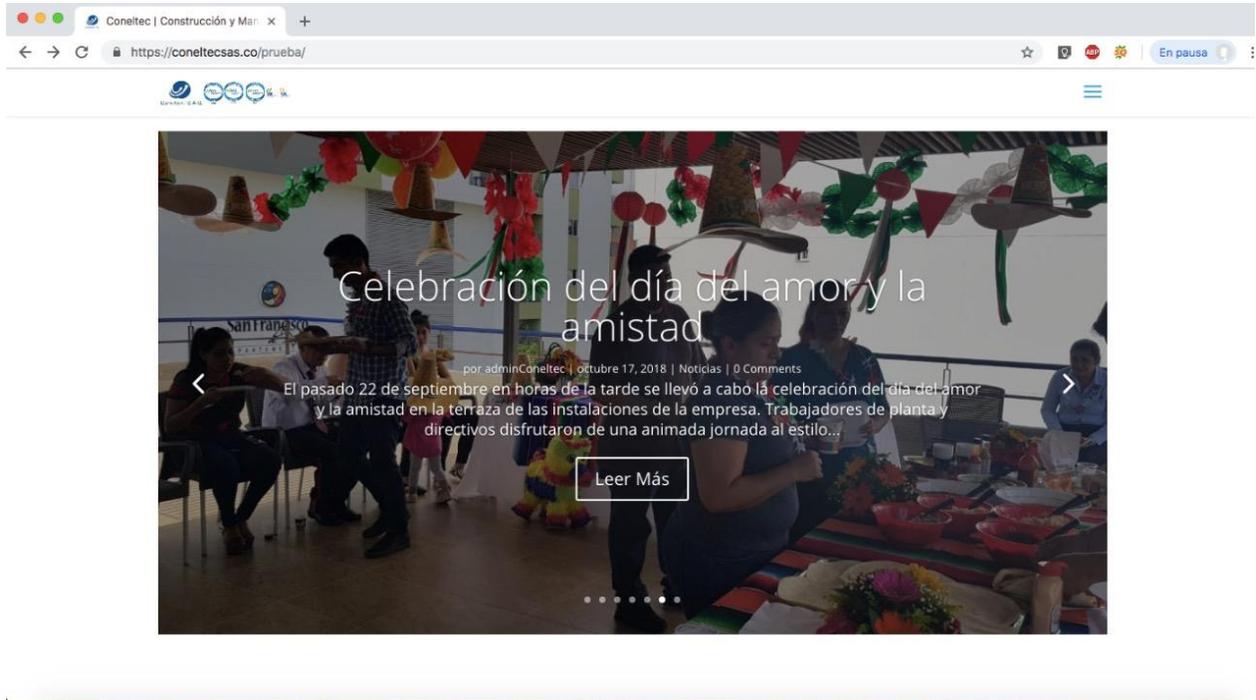
HERAS, Mar. Community Manager, ese gran desconocido. Comunidades Online. Revista de comunicación. N° 13. Pág. 16. Febrero 2010.

MARTÍN, Irene. Retos de la comunicación corporativa en la sociedad del conocimiento: de la gestión de información a la creación de conocimiento organizacional. Signo y pensamiento 51. Volumen XXVI. Pág. 53-67. 2007

MUÑOZ VÁSQUEZ, Katia. Docentes en la profesión de Relaciones Públicas: del agente de prensa al gestor de comunicación en redes. Revista Internacional de relaciones públicas. N°1. Vol. 1. Pág. 111-124. 2011

ANEXOS





https://coneltecsas.co/prueba/#

Coneltec | Construcción y Man... x +

← → ↻ https://coneltecas.co/prueba/ ☆ 📄 🌞 🌐 En pausa

Coneltec S.A.S



Coneltec S.A.S expande sus actividades

por adminConeltec | octubre 17, 2018 | Noticias | 0 Comments

Coneltec S.A.S expande sus actividades a más zonas del país. Tunja, Sogamoso, Chiquinquirá, Duitama, Yopal son algunas de las regiones donde Coneltec S.A.S actualmente hace presencia con la instalación y el mantenimiento de fibra óptica.

Leer Más

Decimal DMS
Latitude... 6.315373 6°18'55" N

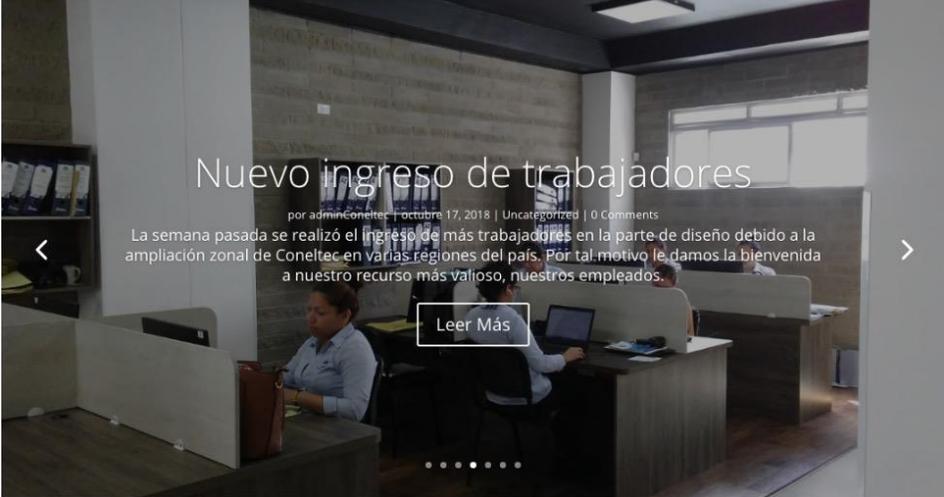
Cimitarra

https://coneltecas.co/prueba/

Coneltec | Construcción y Man... x +

← → ↻ https://coneltecas.co/prueba/ ☆ 📄 🌞 🌐 En pausa

Coneltec S.A.S



Nuevo ingreso de trabajadores

por adminConeltec | octubre 17, 2018 | Uncategorized | 0 Comments

La semana pasada se realizó el ingreso de más trabajadores en la parte de diseño debido a la ampliación zonal de Coneltec en varias regiones del país. Por tal motivo le damos la bienvenida a nuestro recurso más valioso, nuestros empleados.

Leer Más

...

