



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



CORPORACION UNIVERSITARIA DEL META - UNIMETA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y PERIODISMO

INFORME FINAL DE HOMOLOGACION DE PRACTICAS LABORALES CITY TV

PRESENTADO A

María Camila de la Ossa

Docente Programa De Comunicación Social Y Periodismo

PRESENTADO POR

Ricardo Arévalo Hernández

PRACTICA PROFESIONAL DE HOLOGACION A:

CASA EDITORIAL EL TIEMPO

VÍCTOR CASTRO GOMEZ

JEFE DE EMISIÓN

MAYO 23 DE 2023



Contenido

CAPITULO 1. PRIMERA ENTREGA.....	3
1. RESEÑA HISTÓRICA:.....	3
2. PLAN ESTRATEGICO DE CITY T.V.	5
3. DESCRIPCION DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DESARROLLADOS	8
4. OBJETIVOS.....	9
5. METAS A LOGRAR DURANTE MIS PRÁCTICA.....	10
6. DIAGNOSTICOS. Y PROBLEMÁTICA DETECTADA AL INICIAR LA PRACTICA:	10
7. CRONOGRAMA.....	12
8. PORCENTAJE DE IMPLEMENTACION DEL PLAN DE PRACTICAS.	15
9. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES Y FUNCIONES DESARROLLADAS POR EL PRACTICANTE.....	15
10. ESTRUCTURA DEL DIAGNOSTICO.....	17
11. PLAN DE MEJORAMIENTO	18
12. PORCENTAJE DE IMPLEMENTACION DEL PLAN PRACTICA	19
13. APORTES Y SUGERENCIAS REALIZADAS DURANTE LA PRACTICA.....	19
14. EVIDENCIAS OBJETIVAS	20
15. NORMATIVIDAD EXTERNA E INTERNA QUE RIGE A LA ENTIDAD DE PRÁCTICA.....	22
16. CERTIFICADO DE PRACTICAS	24
17. CONCLUSIONES.....	25



CAPITULO 1. PRIMERA ENTREGA

1. RESEÑA HISTÓRICA:

Una historia que marca una gran tendencia en el país sobre cómo se emiten las noticias, desde la función del TIEMPO, se ha caracterizado por ser un medio líder en noticias y generación de contenidos de calidad de gran impacto en la sociedad, la Casa Editorial el tiempo ha querido tener un contenido social.

El TIEMPO, es una de las empresas pioneras del país, buscando un contenido e innovación en lo que significa ahora la tecnología en Colombia y Latinoamérica, en la actualidad cuenta con diversos productos y múltiples canales.

La casa editorial del tiempo tiene una suma de historias que se tienen de manera cronológica y que incide para conocer como ha sido el proceso de cada una de las experiencias que se suman en el intento de comunicarle la realidad a un país. Algunas de las fechas históricas se registran a continuación.

Más de cien años de historia.

- 1911 30 de enero circula la primera edición, fundada por Alfonso Villegas Restrepo.
- 1913 Eduardo Santos Montejó, compra el Tiempo, por cinco mil pesos.
- 1927, 23 de febrero se inaugura la rotativa tubular Dúplex.
- 1930, Alberto Lleras Camargo es nombrado jefe de redacción.



**FORMATO
“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



- 1931, en un avión Scadta el Tiempo inicia la repartición de su edición por vía aérea.
- 1934 se inaugura el nuevo edificio de la Avenida Jiménez.
- 1952, en plena violencia bipartidista, es incendiado, saqueado y se destruye la sede del Tiempo.
- 1956, nace el periódico Intermedio en reemplazo a el Tiempo.
- 1957, 8 de junio reaparece el periódico el Tiempo.
- 1960. Se inaugura la nueva sede del Tiempo.
- 1967, La primera fotografía a color en la portada del diario del presidente Carlo Lleras Restrepo.
- 1978, se estrena la sede del periódico de la Avenida el Dorado.
- 1995, con el programa Sala De Redacción, el Tiempo incursiona en la TV.
- 2007 el grupo Planeta de España compra el 55 por ciento del Tiempo.
- En 2012, el Grupo Aval, liderado por el empresario Luis Carlos Sarmiento Angulo, compró El Tiempo, casa editorial.
- 2023, tras la renuncia de Roberto Pombo, asume el periodista Andrés Mompotes actual director.

Desde su fundación EL TIEMPO se ha caracterizado por ser un medio líder en noticias y generación de contenidos, de calidad y de gran impacto en la sociedad. El Tiempo ha sido una empresa pionera en Colombia y Latinoamérica en temas relacionados con innovación, modelos de negocios y tecnología, actualmente



cuenta con diversos productos y múltiples canales que le permiten llegar a una gran cantidad de audiencia.

El gran propósito, planteado por Casa EL TIEMPO como compañía es comunicamos e inspiramos a través de contenidos relevantes y confiables.

Actualmente el TIEMPO en la casa editorial el tiempo existen varios referentes que tienen que ver precisamente como el marketing digital este permite que esto también sea una nueva visión o estilo de posibilidades de acercamientos con la población donde expone una marca y son portales que permiten precisamente que millones de usuarios puedan conectarse con las redes y con la comunicación los contenidos comerciales podrán realizar campañas que puedan conectarse con la sociedad teniendo como hace obviamente las ausencias la asertividad de las campañas que tienen un trabajo interesante que pueden construir desde la propia administración inteligente y altamente segmentada eso es lo que posibilita un marketing directo como una estrategia digital de comunicación y éste a su vez permite un impacto a las necesidades de El mundo moderno y las nuevas tecnologías.

2. PLAN ESTRATEGICO DE CITY T.V.

2.1. Misión:

La Casa Editorial El TIEMPO, se compromete a promover a través de múltiples medios información, educación y entretenimiento que satisfagan con creces los



intereses de la comunidad y de sus clientes, empleados, aliados estratégicos, proveedores, reguladores y accionistas.

2.2. Visión:

La visión de la casa Editorial EL TIEMPO, será el principal proveedor de productos y servicios de información. Educación y entretenimiento de la más alta calidad según los estándares internacionales.

2.3. OBJETIVOS INSTITUCIONALES

2.3.1 Ofrecer servicios de planificación y organización de eventos sociales de alta calidad y personalizados para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.

2.3.2. Mantener una imagen profesional y confiable, construyendo una reputación positiva en el mercado y manteniendo relaciones sólidas con clientes y proveedores.

2.3.3 Ofrecer servicios innovadores y creativos que permitan a los clientes tener experiencias únicas y memorables.

2.3.4. Ofrecer servicios a precios competitivos y proporcionar un alto nivel de valor y calidad.

2.3.5. Establecer relaciones duraderas con clientes, proveedores y otros actores en la industria de eventos sociales.



2.3.6 Identificar y aprovechar oportunidades de mercado y expandir su alcance y cartera de clientes.

2.3.7 Proporcionar una amplia gama de servicios, incluyendo planificación, organización, decoración, catering, entretenimiento, fotografía, video, y otros servicios relacionados con eventos sociales.

2.3.8 Mantener una cultura de trabajo en equipo, motivación y excelencia en el servicio al cliente.

2.3.9 Crear una empresa rentable y sostenible que permita a los empleados crecer y desarrollarse profesionalmente.

2.3.10 Adaptarse a los cambios en la industria de eventos sociales y mantenerse actualizado en las últimas tendencias y tecnologías para ofrecer servicios de vanguardia.

2.4. ORGANIGRAMA





3. DESCRIPCION DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DESARROLLADOS

- Investigación de noticias, colaborar, investigar e identificar los diferentes temas que son relevantes y emergentes, incluyendo el contacto de fuentes confiables, recopilación de datos y verificación de la información.
- Redacción y edición, esto implica escribir guiones de los segmentos noticiosos asegurándome de que el contenido sea preciso, objetivo y conserve el estilo y orientación del canal.
- Entrevistas, estar preparado para realizar entrevistas a expertos, testigos o líderes, con preguntas relevantes y capturando las respuestas de una manera profesional
- Investigación en terreno, recopilar información sobre el tema a desarrollar, implica entrevistas a personas en el sitio del evento, tomar fotografías y grabar videos para complementar el contenido del reportaje.
- Producción de contenido audiovisual, es importante la participación en la producción del contenido audiovisual, colaborando con el equipo de producción para asegurarme que el material sea atractivo
- Cobertura de eventos, son escenarios que se presentan durante el día en los informativos, se debe estar preparado para tomar información y trasmitirla en tiempo real.
- Evaluación e impacto de nuestros reportajes, mediante la investigación y análisis de datos para organizar futuras estrategias de contenido



4. OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

Obtener experiencia en el campo de la Comunicación Social y Periodismo televisivo, a partir de aprendizaje del funcionamiento de los procesos de producción de contenidos, desde el punto de vista de la investigación, redacción de noticias y el cubrimiento de eventos en vivo, mediante la aplicación de los conocimientos adquiridos en la academia.

4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Conocer y ampliar conocimientos con relación al aprendizaje de utilización de equipos y tecnología de última generación, relacionada con la producción de contenidos audiovisuales.
- Contribuir en la creación de contenidos visuales comunicativos, para programas informativos del canal de televisión.
- Realizar las actualizaciones de las noticias más relevantes y destacadas.
- Buscar información detallada y fuentes confiables de un tema de interés investigativo asignado por el superior.
- Proyectar y redactar documentos informativos.
- Proyectar informes de investigación.



- Asistir a las actualizaciones tecnológicas implementadas por el canal, relacionadas con el manejo y utilización de equipos.
- Crear banco de imágenes y videos.

5. METAS A LOGRAR DURANTE MIS PRÁCTICA

- ✓ Aprender a editar y convertirme en un comunicador social y periodista integral.
- ✓ Aprender el manejo de trasmisión televisiva, de los diferentes contenidos informativos, generados en tiempo real.
- ✓ Desarrollar habilidades, técnicas y creativas en el área de producción de contenido para programas informativos.
- ✓ Realizar la edición de imágenes.
- ✓ Realizar la redacción de guiones.
- ✓ Aprender a realizar presentación de la noticia.

6. DIAGNOSTICOS. Y PROBLEMÁTICA DETECTADA AL INICIAR LA PRACTICA:

Como estudiante de Comunicación Social y Periodismo, me encontré en el desarrollo de mi práctica con varias dificultades que se encuentra en el proceso de la elaboración de contenidos noticiosos, una de ellas se puede definir en la falta de experiencia por parte del profesional y desconocimiento en el trabajo en terreno, lo



**FORMATO
“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



que genera una difícil adaptación al entorno de trabajo, volviendo mas dispendioso y poco efectivo el trabajo en equipo, generando demoras en las entregas de contenidos comunicativos al canal, e incumpliendo con los plazos y las fechas de límites establecidos para la recopilación del material objeto de noticia.

Por otro lado, se evidencio, una constante limitación en el acceso a los recursos técnicos, presupuestos y personal para desarrollar.

Por último y no más importante, es notable el desconocimiento por un gran número de profesionales y colaboradores, del código de Ética del medio de comunicación televisivo, dejando como resultado una noticia carente de certeza, objetividad, veracidad y respeto a los derechos de las personas.



7. CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
FASE	ACTIVIDADES	MES															
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Estudio	Familiarizarme con el entorno laboral y conocer las herramientas para desarrollar el trabajo equipos de grabación y edición.																
	Observar y asistir. Aprender los procedimientos internos de redacción, manejo de fuentes y verificación de la información	X	X	X	X		X	X	X	X	X		X				
Diagnostico	Desarrollar un proceso sobre las dificultades que encuentro en el desarrollo de la práctica, tanto personal como de los contenidos del medio de comunicación			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



Planeación	Planear estrategias para buscar mejorar la calidad del contenido	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
	Participar en las reuniones o concejos de redacción, aportar ideas y complementar y apoyar las ideas de los demás compañeros. Observar y asistir en la producción de programas informativos televisivos del canal.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
	Proporcionar retroalimentación con mis jefes y compañeros, ofreciendo opiniones constructivas	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
	Compartir contenidos importante en nuestros círculos de influencia, redes sociales	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
Ejecución	Llevar a cabo estrategias de pre - producción, producción y pos producción de los diferentes contenidos	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X					



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



Participar en la grabación de imágenes en terreno, buscando que se ajusten al contenido	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
Hacer acompañamiento en edición y pos producción de los contenidos realizados en terreno	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				
Compartir los contenidos en mis redes sociales.																	
Participar en la investigación, recopilación de datos y acompañar al periodista en la cobertura de la noticia.	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X				



8. PORCENTAJE DE IMPLEMENTACION DEL PLAN DE PRACTICAS.

- 60% Aprender programas de edición.
- 60% Contribuir a la investigación de noticias
- 60% Actualización de noticias
- 60% Crear banco de imágenes

CAPÍTULO 2

9. DESCRIPCION DE LAS ACTIVIDADES Y FUNCIONES DESARROLLADAS POR EL PRACTICANTE

9.1. Investigación de noticias, colaborar, investigar e identificar los diferentes temas que son relevantes y emergentes, incluyendo el contacto de fuentes confiables, recopilación de datos y verificación de la información.

9.2. Redacción y edición, esto implica escribir guiones de los segmentos noticiosos asegurándome de que el contenido sea preciso, objetivo y conserve el estilo y orientación del canal.

9.3. Entrevistas, estar preparado para realizar entrevistas a expertos, testigos o líderes, con preguntas relevantes y capturando las respuestas de una manera profesional



**FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"**



- 9.4. Investigación en terreno, recopilar información sobre el tema a desarrollar, implica entrevistas a personas en el sitio del evento, tomar fotografías y grabar videos para complementar el contenido del reportaje.
- 9.5. Producción de contenido audiovisual, es importante la participación en la producción del contenido audiovisual, colaborando con el equipo de producción para asegurarme que el material sea atractivo
- 9.6. Cobertura de eventos, son escenarios que se presentan durante el día en los informativos, se debe estar preparado para tomar información y trasmitirla en tiempo real.
- 9.7. Evaluación de impacto de nuestros reportajes, mediante la investigación y análisis de datos para organizar futuras estrategias de contenido.



10. ESTRUCTURA DEL DIAGNOSTICO

DEBILIDADES	FORTALEZAS
La falta de interactividad y participación activa con la audiencia, limitaciones de horarios y programas, la falta de flexibilidad en la elección del contenido	Alcance masivo de los medios de televisión, impacto visual, producción de contenidos de alta calidad al combinar imágenes y sonidos, credibilidad, confianza garantiza publicidad efectiva
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
contenido en línea y plataformas que le permiten llegar a una audiencia amplia y adaptarse a los cambios en los hábitos del consumo de medios, por redes sociales, captar la atención de la audiencia con transmisiones en vivos de eventos de gran interés para el espectador.	Competencia de plataformas en línea. Cambios en los hábitos de consumo de medios. Fragmentación de la audiencia. Disminución de los ingresos publicitarios. Regulación Gubernamental. Avance tecnológico-



11. PLAN DE MEJORAMIENTO

- El Fortalecimiento de la infraestructura tecnológica, ayudara a mejorar la calidad de los contenidos, y de esta manera mantenerse actualizado, con la demanda tecnológica del mercado.
- Realizar Capacitaciones constantes del personal, contribuye a mejorar las competencias técnicas y creativas, del equipo de trabajo y tendrá como resultados productos comunicativos eficientes y de mayor calidad.
- Estar innovando en los contenidos comunicativos, ayudara a diferenciarse de la competencia y a mantener el interés de la audiencia.
- Contribuir al mejoramiento de la gestión de proyectos, optimizando la planeación, ejecución y seguimientos de los procesos de producción, contribuirá a una mayor eficiencia y control, en la entrega de los contenidos.
- Diseñar estrategias de marketing y promoción, para aumentar la visibilidad y el alcance de la empresa de medios de televisión.
- Análisis de la competencia, información que se utiliza para mejorar las operaciones del medio televisivo, para ofrecer algo exclusivo e importante a la audiencia.
- Establecimiento de alianzas estratégicas con otras empresas, ayuda a complementar fortalezas y a superar amenazas.
- Fomentar la retroalimentación, recopilando sugerencias y críticas constructivas para mejorar los productos y servicios del medio de comunicación.



12. PORCENTAJE DE IMPLEMENTACION DEL PLAN PRACTICA

80% Aprender programas de edición.

80% Contribuir a la investigación de noticias

80% Actualización de noticias

80% Crear banco de imágenes y contenidos audiovisuales.

80% redacción de noticias

80. Crear guiones para los audiovisuales

CAPITULO 3

13. APORTES Y SUGERENCIAS REALIZADAS DURANTE LA PRACTICA

Colaborar en la investigación sobre temas que se están desarrollando, para asegurar de que la información presentada sea precisa, actualizada y relevante.

- ✓ Proporcionar retroalimentación con mis antiguos jefes o compañeros de trabajo, ofreciendo mi opinión constructiva sobre los contenidos que se producen.
- ✓ Compartir mis ideas y sugerencias para buscar mejorar la calidad del contenido, la presentación visual y la narrativa.



FORMATO "GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"



- ✓ Utilizar mis habilidades en Comunicación Social para ayudar en la promoción y difusión de los contenidos televisivos.
- ✓ Convertirme en un embajador de City tv, hablando positivamente sobre el medio en mi círculo de influencia, como compartir contenidos importantes en mis redes sociales.

Se cumplió a cabalidad con los objetivos propuestos durante las practicas realizadas en City T.V.

14. EVIDENCIAS OBJETIVAS

#	AZ	TITULO	FORMATO	PERIODIST	POS	CAM	VIDE	T ACUM
01		CARRIZOTE CITYNOTICIAS FE VIDE					0:00	12:00:00
02	AN	BALUDO	IN				0:00	12:00:00
03		CORTI TINGUAREN MO FDS	VIDEO				0:00	12:00:00
04	AN	KINLAREN MELUNDA	INVIDE	VICTOR	1		0:00	12:00:00
05		INCENDIO Y BALAZERA	INVIDE				0:00	12:00:00
06		HISTAL TERNEROS	INVIDE				0:00	12:00:00
07		CONTRALORA CICLORRUTA	INVIDE				0:00	12:00:00
08		OPERACION EL TIEMPO	INVIDE				0:00	12:00:00
09		CRISIS EL FUEGO	INVIDE				0:00	12:00:00
10		MUNDO	INVIDE				0:00	12:00:00
11		DEPORTES	INVIDE				0:00	12:00:00
12		ESPE	INVIDE				0:00	12:00:00
13		CORTI NOTICIA DEL DIA MO F VIDE					0:00	12:00:00
14		ESPE	INVIDE				0:00	12:00:00
15		CORTI NOTICIA DEL DIA MO F VIDE					0:00	12:00:00
16		ANC INCENDIO Y BALAZERA	INVIDE	ESTEFANA			0:00	12:00:00
17		ANC HOB CONDUCTOR APP	INVIDE	CARLO			0:00	12:00:00
18		ANC HISTAL TERNEROS	INVIDE	NICOLE			0:00	12:00:00
19		ANC LOTE EN FONTRIC	INVIDE	NICOLE			0:00	12:00:00
20		CONTRALORA CICLORRUTA	INVIDE	MAVRA			0:00	12:00:00
21		CORTI BOL GOR LO MO FDS	VIDEO				0:00	12:00:00
22		ANC EL EMPLEO COM	DTZ	PRODUCC			0:00	12:00:00
23		MENTION EXITO REF LUNES	VIDEO				0:00	12:00:00
24		STADY 1	VIDEO				0:00	12:00:00
25		COMERCIALES 1					0:00	12:00:00
26		STADY 2	VIDEO				0:00	12:00:00
27		MENTION EL TIEMPO REF TA	VIDEO				0:00	12:00:00
28		CORTI LOCAL MO FDS	VIDEO				0:00	12:00:00
29		PERSONERIA LAESP	INVIDE	MAVRA			0:00	12:00:00
30		RESPUESTA UNIDAD	INVIDE	MAVRA			0:00	12:00:00
31		ANC LAMNAS PUENTE	INVIDE	CAMILLO			0:00	12:00:00
32		ANC CRISIS EL FUEGO	INVIDE	NICOLE			0:00	12:00:00
33		CORTI TRANSITO MO FDS	VIDEO				0:00	12:00:00

#	AZ	TITULO	FORMATO	PERIODIST	POS	CAM	VIDE	T ACUM
34		ANC BOMBERO EL TIEMPO DECA	INVIDE	ANA MARIA			0:00	12:00:00
35		ALTI PUNTO CALLE DE	VO	CAMELA			0:00	12:00:00
36		COLLE MO CON ESTACIA	VO	ESTEFANA			0:00	12:00:00
37		FULER RETORNO	VIDEO	FULER			0:00	12:00:00
38		ANC OMBAS GILMA JIMENEZ	INVIDE	ANA MARIA			0:00	12:00:00
39		ANC RIBET LO	INVIDE	ANA MARIA			0:00	12:00:00
40		CORTI SEMINARIOAL MEF VIDE					0:00	12:00:00
41		TRABAJA EN GOYASA	VIDEO	RAFAEL			0:00	12:00:00
42		INCENDIO GOYASA	INVIDE	RAFAEL			0:00	12:00:00
43		ASAMBLEA ANUAL DE LA OM	VIDEO	RAFAEL			0:00	12:00:00
44		OMAS PANDEMIAS	INVIDE	ESTEFANA			0:00	12:00:00
45		REFORMAS SUPRES	INVIDE	RAFAEL			0:00	12:00:00
46		ANC REQUER INTERE	INVIDE	RAFAEL			0:00	12:00:00
47		CORTI DESPESER MEFE	VIDEO	JOE CARL			0:00	12:00:00
48		ANC DESPESER	LUVIDE	KAREN	LU		0:00	12:00:00
49		VO CAMILA ROLAND	VO	JESUS			0:00	12:00:00
50		LU SOMBRONER	VIDEO	JESUS			0:00	12:00:00
51		LU TROPICOS	LUVIDE	JESUS			0:00	12:00:00
52		LU BMX	LUVIDE	JESUS			0:00	12:00:00
53		CORTI SERVICIO MO FDS	VIDEO				0:00	12:00:00
54		ANC SHOW FANTASIA LITERARIA	LUVIDE	KAREN	LU		0:00	12:00:00
55		LU SEÑORA COLOMBIA	VIDEO	KAREN			0:00	12:00:00
56		LU CORTO LA PERRA	LUVIDE	KAREN			0:00	12:00:00
57		LU ADRENDA	LUVIDE	KAREN			0:00	12:00:00
58		ESPE PANDICION SAN CIRIO	LUVIDE	KAREN	LU		0:00	12:00:00
59		ESPE DEFENSA PERSONAL	LUVIDE	NATALIA	LU		0:00	12:00:00
60		STADY 3	VIDEO				0:00	12:00:00
61		COMERCIALES 2					0:00	12:00:00
62		ANC DESPESIDA	IN				0:00	12:00:00
63		VIDE OMBAS GILMA JIMENEZ	VIDEO	PROD OK			0:00	12:00:00
64		CARRIZOTE CITYNOTICIAS FE VIDE					0:00	12:00:00



FORMATO "GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"



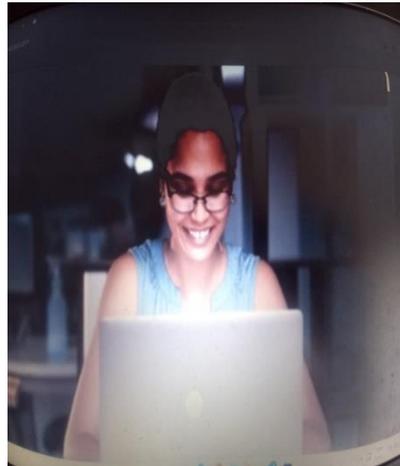
82 - 1 VO INCENDIO

ANCHOR IN *CG2 DABAJO JUAN ESTEBAN NEIRA PERIODISTA INSTAGRAM: JUANESNEIRA *CG2 TITULAR1 ALERTA EN ESPAÑA POR INCENDIO	ANCHOR IN ES CRÍTICA LA SITUACIÓN QUE SE VIVE AL OESTE DE ESPAÑA... UN FUERTE INCENDIO QUE SE GENERÓ EN LA ZONA DE LAS HURDES EN CÁCERES, HA OBLIGADO A LA EVACUACIÓN DE MÁS DE 700 PERSONAS. MÁS DE OCHO MIL HECTÁREAS HAN SIDO CONSUMIDAS Y, SEGÚN LOS BOMBEROS, LA SITUACIÓN ES "FRANCAMENTE DIFÍCIL." LA DIRECCIÓN DE SEGURIDAD
---	--

82 - 2 VO INCENDIO

NACIONAL INFORMÓ QUE LA EVOLUCIÓN DE LAS LLAMAS "ES DESFAVORABLE", A LA VEZ QUE ADVIRTIÓ QUE LAS CONDICIONES METEOROLÓGICAS ADVERSAS CONTINUARÁN EN LAS PRÓXIMAS HORAS	
ANCHOR EN CAJAS	ANCHOR EN CAJAS
RUEDA VIDEO DUR	RUEDA VIDEO





15. NORMATIVIDAD EXTERNA E INTERNA QUE RIGE A LA ENTIDAD DE PRÁCTICA

City TV es una empresa de medios de comunicación y, como tal, está sujeta a las leyes y regulaciones en materia de trabajo y empleo, así como a las leyes y regulaciones en materia de medios de comunicación en la jurisdicción donde opera. En Colombia, donde City TV tiene su sede, las regulaciones laborales para los practicantes están establecidas por la Ley 1780 de 2016, que regula la práctica laboral en Colombia.

De acuerdo con esta ley, las empresas están obligadas a proporcionar a los practicantes de City TV un ambiente de trabajo seguro y saludable, y a garantizar que los practicantes reciban una formación adecuada en su área de trabajo. Además, deben proporcionar un contrato de prácticas que establezca las condiciones de trabajo, horario y duración de la práctica, y el salario y beneficios que se otorgarán a los practicantes.



**FORMATO
“GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”**



Además de estas regulaciones laborales generales, City TV también puede tener políticas y normas internas para sus practicantes. Estas políticas pueden incluir, por ejemplo, la confidencialidad de la información de la empresa, la responsabilidad en el uso de los equipos de la empresa y los estándares de conducta en el lugar de trabajo.

Es importante que los practicantes de City TV estén familiarizados con todas las políticas y normas que les afecten, para asegurarse de que estén cumpliendo con sus obligaciones y responsabilidades mientras realizan su práctica. También es importante que se sientan cómodos al preguntar a su supervisor o al encargado de la práctica si tienen alguna duda o inquietud sobre cualquier política o norma.



FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"



16. CERTIFICADO DE PRACTICAS



CEETTV S.A.
900.163.045-5
GERENCIA DE RECURSOS HUMANOS

CERTIFICA

Que el(la) señor(a) **RICARDO AREVALO HERNANDEZ**, identificado(a) con cédula de ciudadanía, No.**19.264.411**, expedida en Bogota D.C, labora en esta compañía con contrato a **TERMINO INDEFINIDO** desde el **10 de diciembre de 2012**, desempeñando en la actualidad el cargo de **CAMAROGRAFO 3**. Su asignación mensual está compuesta por un salario TIPOCERTI de M/cte **(\$.00)**. Más un promedio mensual por otros ingresos, entre y , que asciende a la suma de M/cte **(\$.00)**.

La presente constancia se expide con destino a QUIEN INTERESE en Bogotá, a los 23 días del mes de Mayo del 2023.

Atentamente,

VIVIAN CRISTINA ENCISO BARBON
Jefe de Servicios al Personal

"Esta certificación tiene vigencia de 30 días calendario y es válida única y exclusivamente después de confirmar los datos a través de la página <https://www.autogestion.humancapital.com.co:8343/PortalSara/sitio/portal/Empleados/homemarco> con el código de verificación **CEET-**, o puede marcar llamado desde Bogotá al Teléfono (1) 6461560 o a nivel nacional a la línea 01 8000 110 119"

Avenida Calle 26 No. 68B-70 • Conmutador: 2940100 • Fax: 2940159 • Nit.900.163.045-5 • Bogotá - Colombia



17. CONCLUSIONES.

Una práctica exitosa de un estudiante de Comunicación Social y periodismo, esta; en adquirir una experiencia enriquecedora, valiosa, que le permite adquirir habilidades que son fundamentales en la formación de un futuro profesional en la Comunicación Social y Periodismo.

El practicante después de ejercer sus prácticas es conocedor de la dinámica de la industria de los medios de Comunicación, mediante la cual lograr adaptarse, rápidamente a las necesidades del entorno laboral, donde podrá aplicar cada una de sus habilidades de investigación, como recopilar información precisa y relevante.