



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



INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

PERIODISTA Y CAMAROGRAFO DE LA EMPRESA MAHARBA STUDIOS

PRESENTADO POR:

DIEGO ABRAHAM ZAMBRANO CUESTAS

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL META ESCUELA DE CIENCIAS

SOCIALES Y PERIODISMO PROGRAMA DE TRABAJO SOCIAL

PRACTICA PROFESIONAL

BOGOTA- 2023



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



INFORME DE PRÁCTICA EMPRESARIAL

**PRESENTADO A: ANDRÉS ALEJANDRO VARGAS
DECANO ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y PERIODISMO-UNIMETA**

**MARÍA CAMILA DE LA OSSA
DOCENTE PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO**

**PRESENTADO POR: DIEGO ABRAHAM ZAMBRANO CUESTAS
ESTUDIANTE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO-UNIMETA**

**CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL META
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y PERIODISMO
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL
PRACTICA PROFESIONAL/HOMOLOGACIÓN**

2023



CONTENIDO

CAPITULO 1. PRIMERA ENTREGA	5
1.1 RESEÑA HISTORICA.....	5
1.2 PLAN ESTRATÉGICO DEL ESCENARIO DE PRÁCTICA	6
1.2.1 MISIÓN	6
1.2.2 VISIÓN	6
1.2.3 OBJETIVOS.....	6
1.2.4 ORGANIGRAMA.....	7
1.3 FUNCIONES DEL PRACTICANTE.....	7
1.4 OBJETIVOS.....	9
1.4.1 OBJETIVO GENERAL.....	9
1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	9
1.5 METAS PROPUESTAS	10
1.6 DIAGNÓSTICO Y PROBLEMÁTICAS.....	10
1.7 CRONOGRAMA.....	12
1.8 PORCENTAJE DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE PRÁCTICA.....	15
CAPITULO 2. SEGUNDA ENTREGA	16
2.1 DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES PRACTICANTE.....	16
2.2 ESTRUCTURA DEL DIAGNÓSTICO.....	16
2.3 PLAN DE MEJORAMIENTO	18
2.4 PRODUCTOS COMO RESULTADO.....	19
2.5 PORCENTAJE DE IMPLEMENTACION DEL PLAN DE PRÁCTICA.....	21



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



CAPITULO 3. TERCERA ENTREGA.....	22
3.1 APORTES PARA EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO PROFESIONAL.....	22
3.2 RETOS PARA LA ACCIÓN DEL COMUNICADOR SOCIAL.....	23
3.3 RECOMENDACIONES	23
3.3.1 A la Institución:.....	23
3.3.2 A UNIMETA:.....	24
3.4 EVIDENCIAS OBJETIVAS	24
3.5 NORMATIVIDAD EXTERNA E INTERNA QUE RIGE EL ESCENARIO DE PRÁCTICA	25
3.6 PLAN DE MEJORAMIENTO	26
3.7 EVIDENCIA DE LA EJECUCION TOTAL DE LA PRÁCTICA	27
3.8 CERTIFICACIÓN DE LA PRÁCTICA	27
.....	27
3.9 CONCLUSIONES	28
REFERENCIAS	29



CAPITULO 1. PRIMERA ENTREGA

1.1 RESEÑA HISTORICA

Somos una empresa cundinamarquesa que nace por la necesidad en nuestra región de la existencia de un medio de comunicación que refleje veracidad e imparcialidad al momento de transmitir sus contenidos. La empresa Maharba Studios S A S tiene como domicilio principal de su actividad la dirección, Calle 2 1 85 sur torre B 11 AP 501 conjunto Villa Alba en la ciudad de Facatativá, Cundinamarca. El teléfono de Maharba Studios S A S es el 3134708507.

Esta empresa fue constituida como Sociedad por Acciones Simplificada y se dedica a actividades de distribución de películas cinematográficas videos programas anuncios y comerciales de televisión. Tenemos una trayectoria de más de 24 años en medios de comunicación, lo que nos enorgullece y nos da credibilidad y conocimiento en la industria audiovisual. Maharba Studios ha estado un año en las diferentes plataformas digitales y gracias a la confianza de nuestros seguidores, quienes nos han respaldado, seguiremos con nuestra tarea de llevar a sus hogares la mejor información.

Nuestro propósito es continuar trabajando por la comunidad, al transmitir en nuestros reportajes, noticias, homenajes, notas, con total veracidad e imparcialidad generando comunicación directa con las comunidades, así se crearán mejores vínculos entre los habitantes de esta región del centro del país, sabana de occidente y se fortalecerá la apropiación de las tradiciones culturales que con tiempo tienden a desaparecer.



1.2 PLAN ESTRATÉGICO DEL ESCENARIO DE PRÁCTICA

1.2.1 MISIÓN

Sistema de medios de comunicación que difunde contenidos incluyentes y diversos de alta calidad que llegaran a todos los hogares y plataformas digitales con la mejor información, de primera mano sobre los acontecimientos noticiosos y relevantes del país con el fin de informarentretener, educar y fortalecer a nuestra comunidad en general.

1.2.2 VISIÓN

Para el 2023 seremos el sistema de medios líder en Cundinamarca en gestiones de contenidosconvergentes, relevantes, impactantes y de alta calidad.

1.2.3 OBJETIVOS

- Proporcionar información precisa y oportuna sobre los eventos noticias de interés para la región y sus alrededores
- Desarrollar y lanzar nuevos productos y servicios para la comunidad facatativeña y sus consumidores.
- Aumentar su presencia en línea y el alcance en las redes sociales de Facebook e Instagram y la página web de la empresa.
- Mejorar el desempeño institucional que garantice el cumplimiento de los objetivos y metas definidos por Maharba Studios



1.2.4 ORGANIGRAMA



1.3 FUNCIONES DEL PRACTICANTE

Cada periodista de Maharba Studios tiene responsabilidades generales y específicas en el manejo de la información que producen las distintas áreas de la empresa y en la forma como se debe remitir cada contenido a la audiencia de nuestras redes sociales igualmente, cada miembro del equipo desarrolla una función directa o indirecta en la función comunicativa que cumplen los canales propios de la entidad: las redes sociales y la página web; entre éstas se destacan las siguientes funciones:

- Investigación y redacción de noticias: Investigar y recopilar información relevante para la elaboración de noticias y reportajes, esto implica entrevistas a fuentes, recopilar datos, verificar la información y redactar artículos con precisión y coherencia.



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



- Edición y corrección de contenido: Revisar y editar el contenido generado por otros periodistas o colaboradores para garantizar su calidad, precisión y coherencia. También se realizará corrección de estilo (corregir errores gramaticales y ortográficos).
- Cobertura de eventos: Asistir a eventos locales, nacionales, para cubrir noticias en tiempo real, esto implica tomar fotografías, grabar videos, realizar entrevistas y redactar crónicas e informes sobre los acontecimientos.
- Gestión de redes sociales: Ayudar a administrar y mantener la presencia en línea de la empresa de noticias Maharba Studios y el magazín en diferentes plataformas de las redes sociales, esto incluye publicar contenido, interactuar con los seguidores, monitorear los comentarios y analizar la métrica de desempeño.
- Investigación de temas de interés: Realizar investigaciones en profundidad sobre temas relevantes y de interés para la comunidad de la página Maharba Studios, esto implica realizar la revisión por los diferentes medios del municipio y de aquellos que puedan tener contenido de nuestro interés.
- Producción de contenido multimedia: Colaborar con la creación de contenido multimedia, como videos podcasts o infografías, para complementar las noticias y artículos escritos
- Monitoreo de noticias: revisar los diferentes medios de comunicación para analizar que noticias son las más relevantes y de interés para el informativo.



1.4 OBJETIVOS

1.4.1 OBJETIVO GENERAL

Adquirir experiencia práctica en el campo de la comunicación social y el periodismo para reforzar habilidades de investigación, análisis y redacción para producir contenido multimedia en un lenguaje sencillo, claro y preciso para una comunicación más efectiva divulgando la información en las diferentes redes de comunicación.

1.4.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Investigar y reportar noticias de manera precisa, imparcial y oportuna, recopilando y verificando información relevante
- Desarrollar un estilo de escritura propio que refleje mi voz como periodista, contando historias de manera efectiva y clara para captar la atención de los lectores y seguidores en redes sociales.
- Mejorar habilidades de investigación, análisis de información y técnicas de comunicación escrita para respaldar los reportajes y artículos.
- Dominar las herramientas y tecnologías digitales y audiovisuales usadas en los medios de comunicación para producción de contenido multimedia de alta calidad.
- Reforzar la red de contactos con periodistas para intercambiar experiencias técnicas.



1.5 METAS PROPUESTAS

- Mejorar las técnicas y habilidades de investigación, análisis de información y comunicación escrita para elaborar noticias y artículos en un lenguaje pertinente, claro y conciso.
- Dominar las herramientas digitales de última tecnología para producir y editar audiovisuales de calidad en los diferentes medios y plataformas de comunicación para llegar a una audiencia más amplia y diversificada.
- Ampliar mi red de contactos profesionales en la industria de los medios de comunicación participando en eventos conferencias y actividades relacionadas con el aprendizaje y colaboración.

1.6 DIAGNÓSTICO Y PROBLEMÁTICAS

La empresa Maharba Studios S A S es una empresa cundinamarquesa que nació por la necesidad en la región de la existencia de un medio de comunicación que refleje veracidad e imparcialidad al momento de transmitir sus contenidos. Se dedica a actividades de distribución de películas cinematográficas, videos, programas, anuncios y comerciales de televisión y cuenta con una trayectoria de más de 24 años en medios de comunicación.

Sin embargo, la limitación de recursos dificulta el acceso a herramientas y tecnologías de última generación, necesarias para realizar el trabajo de grabación y edición de manera ágil, efectiva y de alta calidad para cubrir la demanda de información.

Otro factor que se evidencia es la falta de talento humano lo cual repercute en el equipo de trabajo ya que se debe cubrir varias actividades, lo cual genera presión por cumplir los plazos



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



siendo contraproducente ya que en algunas ocasiones incide en la calidad y cumplimiento de los productos informativos que se generan.

	FORMATO "GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"			
Código: En construcción	Dependencia Generadora: Programa de Comunicación Social y Periodismo	Versión: 1	Página 12 de 32	En construcción

1.7 CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
FASE	ACTIVIDADES	MES				MES				MES				MES			
Estudio	<p>Familiarizarse con la empresa y su estructura organizativa.</p> <p>Investigar sobre la empresa su historia, misión, visión, analizar la presencia en línea de la empresa, incluyendo el sitio web y los perfiles de las redes sociales, realizar análisis preliminar de la estrategia de comunicación de la empresa, evaluar recursos y herramientas disponibles para el trabajo, analizar los sistemas de producción y distribución de contenido.</p> <p>Realizar entrevistas con profesionales clave en la empresa para obtener perspectivas adicionales, investigar tendencias y avances de la comunicación social.</p> <p>Analizar como las últimas tendencias pueden afectar la empresa y su estrategia de comunicación.</p>	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x				

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”			
Código: En construcción	Dependencia Generadora: Programa de Comunicación Social y Periodismo	Versión: 1	Página 15 de 32	En construcción

1.8 PORCENTAJE DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE PRÁCTICA

Estudio del diagnóstico, gran parte del tiempo es dedicado al conocimiento de la empresa, recopilar información de ella, realizar análisis y entrevistas. La implementación de esta etapa se limitará a acciones iniciales y actividades preliminares.

Durante la fase de planeación se enfoca más tiempo en el desarrollo del plan estratégico detallado, establecer metas y objetivos, desarrollar un plan estratégico, definir acciones concretas para abordar las áreas de mejora identificables.

En la fase de ejecución se trabaja más tiempo a la implementación de las actividades y todos los proyectos definidos, se realiza seguimiento a las acciones de la planeación se hacen ajustes a medida que avanza el tiempo, teniendo en cuenta los resultados obtenidos y la retroalimentación recibida.

Porcentaje Implementación

75%

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”			
Código: En construcción	Dependencia Generadora: Programa de Comunicación Social y Periodismo	Versión: 1	Página 16 de 32	En construcción

CAPITULO 2. SEGUNDA ENTREGA

2.1 DESCRIPCIÓN DE LAS FUNCIONES PRACTICANTE

- Investigación y recopilación de información
- Realizar investigaciones sobre temas relevantes de interés para la comunidad y generar el contenido del informativo, recopilar datos estadísticas y testimonios que respalden la investigación periodística para tener credibilidad, de esta manera manejamos fuentes confiables que verifique la información de la investigación.
- Redacción y edición de contenido
- Escribir noticias artículos, y reportajes y otros materiales periodísticos, adaptando un tono o estilo que se acomode a la empresa siguiendo sus lineamientos, también editar y corregir textos que garanticen la calidad, precisión y coherencia.
- Gestionar las redes sociales, contribuir a creación de contenido de la página y redes sociales, publicar en las plataformas, monitorear las redes sociales y responder los comentarios y preguntas de los seguidores de la página de Maharba Studios.

2.2 ESTRUCTURA DEL DIAGNÓSTICO

Descripción de la empresa, Misión, Visión, valores e historia de la empresa y su estructura organizativa, revisión de los recursos humanos y técnicos, así como el financiero de la empresa para el trabajo como practicante de comunicación social y periodismo, identificar los

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”			
Código: En construcción	Dependencia Generadora: Programa de Comunicación Social y Periodismo	Versión: 1	Página 17 de 32	En construcción

roles y responsabilidades de los miembros del equipo, capacidades y áreas de especialización de cada uno de los compañeros.

Análisis externo de la empresa, identificación del mercado y la competencia, tanto directos como indirectos, seguimiento a la audiencia que sigue la empresa, análisis del contenido revisión y evaluación su claridad y sus objetivos, la evaluación de las redes sociales, realización del análisis de los datos cuantitativos y cualitativos, como el alcance del contenido, así como realizar un plan de acción detallado que incluya las recomendaciones, con los plazos previstos para la realización de ellos

Debilidades	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> • Falta de claridad en la estrategia de comunicación • Contenido de baja calidad • Insuficiente presencia en las redes sociales • Falta de actualización y adaptación a las tendencias • Escasa interacción con la audiencia • Limitado monitoreo y análisis de métricas • Falta de capacitación del equipo de comunicación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Expansión de la audiencia, identificar nichos de mercado o segmentos de audiencia no alcanzados y desarrollar estrategias para atraerlos • Colaboraciones y alianzas con otras empresas, organizaciones con expertos influencers para ampliar el alcance • Contenido multimedia como videos, podcasts y transmisiones en vivo, para llegar a audiencias más amplias. • Participación en eventos y conferencias de interés para la industria • Desarrollar contenido interactivo, para fomentar la interacción de la audiencia por medio de encuestas, o cuestionarios.
Fortalezas	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> • Equipo talentoso y capacitado, competente y conocimiento en el área • Recursos técnicos y tecnológicos con equipos de calidad • Buena reputación y credibilidad en su industria y es reconocida por su calidad periodística • Experiencia en cobertura de eventos importantes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Competencia en línea, puede perjudicar la atención e la audiencia, si ofrecen contenido similar o de mayor calidad. • Desinformación de noticias falsas esto genera confusión en la audiencia • Cambio de hábitos de consumo o disminución de las transmisiones en vivo • Crisis de confianza en los medios



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



Código: **En construcción**

Dependencia Generadora:
Programa de Comunicación Social y Periodismo

Versión: **1**

Página **18** de 32

En construcción

- Conocimiento de la audiencia, comprende mejor sus necesidades, intereses y preferencias.
- Presencia en plataformas digitales y redes sociales
- Enfoque de calidad de contenido, ofrece información precisa, relevante y bien investigada

- Limitaciones presupuestales, falta de recursos financieros que afecten la inversión en tecnología, talento.
- Riesgos de seguridad en línea como hackeo de cuentas o el robo de datos, esto genera desconfianza en la audiencia
- Falta de libertad de prensa

2.3 PLAN DE MEJORAMIENTO

Funciones	Actividades	Metas
<p>Revisar y clarificar las funciones y responsabilidades del practicante de la empresa, asegurándose que estén de acuerdo con los lineamientos y objetivos</p> <p>Desarrollar habilidades técnicas, crear un plan de desarrollo personalizado que incluya la redacción, investigación, producción multimedia y la gestión de las redes sociales.</p> <p>Mejorar la redacción y edición, solicitar retroalimentación por compañeros de más experiencia, desarrollo de conocimientos especializados, gestionar proyectos, aprender a interpretar los datos para tomar decisiones</p> <p>Tener una evaluación periódica para medir el mejoramiento de las estrategias, establecer metas y objetivos a corto plazo</p>	<p>Investigación y análisis de la industria y las tendencias, mantenerse actualizado</p> <p>Capacitación y desarrollo de habilidades, participar en cursos, talleres, seminarios cursos de edición, producción multimedia y gestión de redes sociales.</p> <p>Practica de redacción y edición que mejora la calidad y claridad en el contenido producido</p> <p>Realizar evaluaciones periódicas donde se muestre el progreso y el logro de los objetivos establecidos.</p>	<p>Mejorar las habilidades de redacción para poder producir contenido claro, conciso y atractivo para la audiencia.</p> <p>Ampliar el conocimiento de la industria de los medios de comunicación.</p> <p>Desarrollar habilidades multimedia.</p> <p>Fortalecer habilidades de investigación.</p> <p>Aumentar la presencia en redes sociales, aumentar el número de seguidores, mejorar la interacción con ellos.</p> <p>Mejorar las habilidades de comunicación verbal</p> <p>Establecer contactos y relaciones profesionales</p>

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”			
Código: En construcción	Dependencia Generadora: Programa de Comunicación Social y Periodismo	Versión: 1	Página 19 de 32	En construcción

Funciones	Actividades	Metas
	Crear un portafolio con las mejores notas periodísticas en los que se ha participado, y tenerlo actualizado.	

2.4 PRODUCTOS COMO RESULTADO

- Artículos periodísticos sobre temas de actualidad y de buena calidad, estos artículos deben tener una sólida investigación, escritura clara y precisa con un buen enfoque en la objetividad y la ética periodística.
- Crear y producir contenidos multimedia como videos, podcasts que enriquecen el contenido escrito.
- Desarrollar una estrategia efectiva en las redes sociales que aumente la presencia y el compromiso de la empresa en plataformas relevantes.
- Realizar reportajes y entrevistas de buena calidad, con investigación a fondo en temas de actualidad, que sean interesantes, informativos y respetuosos.
- Analizar y evaluar el alcance, la medición de las métricas de desempeño de las estrategias de comunicación. Preparar informes y reportes que resuman los resultados y proporcionen recomendaciones para mejorar el rendimiento.
- Mantener un portafolio actualizado que muestre los mejores trabajos, proyectos y logros del practicante.

A continuación les comparto los enlaces de las páginas de Maharba Studios



FORMATO "GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"



Código: **En construcción**

Dependencia Generadora:
Programa de Comunicación Social y Periodismo

Versión: **1**

Página **20** de 32

En construcción



Entrevista casa del señor
Embajador de los EEUU



Fotografía tomada en la vía de
Facatativá comienzo de la obra de
Regiotram de Occidente



<https://www.facebook.com/photo/?fbid=272360071316989&set=a.272360041316992>



<https://www.facebook.com/maharbastudios?mibextid=ZbWKwL>

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”			
Código: En construcción	Dependencia Generadora: Programa de Comunicación Social y Periodismo	Versión: 1	Página 21 de 32	En construcción

 <p style="text-align: center;"> https://youtu.be/ifrCNvIvYZg https://instagram.com/maharbastudios?igshid=ZDdkNTZiNTM= </p>	
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------

2.5 PORCENTAJE DE IMPLEMENTACION DEL PLAN DE PRÁCTICA

Para mi concepto personal y el aprendizaje considero estar en un 75% de mis prácticas laborales gracias al recorrido y la experiencia en el campo, y la aceptación y credibilidad en un buen trabajo realizado.

Porcentaje Implementación

75%

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”			
Código: En construcción	Dependencia Generadora: Programa de Comunicación Social y Periodismo	Versión: 1	Página 22 de 32	En construcción

CAPITULO 3. TERCERA ENTREGA

3.1 APORTES PARA EL DESARROLLO Y CRECIMIENTO PROFESIONAL

Maharba Studios me ha brindado la oportunidad no sólo de ejercer mi profesión como periodista sino el crear empresa abriendo un espacio de creatividad, liderazgo y emprendimiento los cuales se evidencian en los siguientes aspectos:

- Promover el desarrollo de contenidos multimedia de interés informativo y cultural aplicando las nuevas tecnologías para facilitar el flujo de información entre los diferentes actores institucionales y la comunidad.
- Potencializar mis habilidades en investigación, redacción y corrección de estilo de noticias, reportajes y todo material generado por el equipo de trabajo.
- Realizar nuevas tareas, especialmente en el ámbito on line, con el fomento de nuevas narrativas en redes sociales que requieren un lenguaje claro, sencillo y objetivo.

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”			
Código: En construcción	Dependencia Generadora: Programa de Comunicación Social y Periodismo	Versión: 1	Página 23 de 32	En construcción

- Mejorar con la práctica en la realización y edición de material audiovisual ejecutando las diferentes actividades que se requieren en la pre-producción, producción y post-producción del mismo.
- El cubrir diferentes eventos de las organizaciones y comunidad a nivel local y nacional, me han permitido tener un conocimiento más amplio de la cultura, la sociedad y la política del país fortaleciendo objetivamente aún más mi criterio periodístico.
- La cultura del trabajo interdisciplinario para la conceptualización de problemas, las actividades investigativas y el desempeño profesional, refuerzan la ética profesional, el respeto hacia los demás y mejora los canales internos de comunicación.

3.2 RETOS PARA LA ACCIÓN DEL COMUNICADOR SOCIAL

- El mayor reto que tenemos es la capacidad de adaptación, posicionamiento profesional y resiliencia organizacional en un mercado cada vez más competitivo.
- Estar al día en la actualización y uso de las tecnologías de la información y comunicación que nos permita adaptar los contenidos a múltiples formatos y plataformas con gran dominio de herramientas que permitan difundir mensajes creativos a diferentes públicos.
- El tema de la inmediatez y la primicia, puede generar distracción que llevan a la desinformación y caer en la replicación de notas, boletines o comunicados, dejando de lado las virtudes del periodismo que son la confrontación de las fuentes, el sello y el estilo personal que cada periodista le da a sus escritos.

3.3 RECOMENDACIONES

3.3.1 A la Institución:

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”			
Código: En construcción	Dependencia Generadora: Programa de Comunicación Social y Periodismo	Versión: 1	Página 24 de 32	En construcción

- Invertir en la adopción de herramientas digitales, ya que este es un mecanismo para impulsar su crecimiento.
- Fortalecer el equipo de trabajo que permita desarrollar los productos y servicios mejorando su calidad y cumplir los tiempos de entrega, evitando sobre carga de trabajo.

3.3.2 A UNIMETA:

- ✓ Profundizar en técnicas de redacción en todos los cursos de la carrera con el objetivo de trabajar la escritura de los géneros periodísticos en los diversos soportes: papel, digital, radiofónico y audiovisual, con el fin de potenciar tanto el lenguaje escrito como el audiovisual.
- ✓ Ahondar conceptualmente en Periodismo digital que transforma la figura tradicional del informador en un periodista multimedia, con rutinas nuevas en diferentes soportes, multitarea y con uso de multilinguaje.

3.4 EVIDENCIAS OBJETIVAS

- Ase realizaron artículos periodísticos de buena calidad sobre temas de actualidad, gestión de actividades de algunas entidades gubernamentales, reportajes a la comunidad y temas de impacto ambiental.
- Creación y producción de contenidos multimedia como videos, podcasts que enriquecen el contenido escrito.
- Se está realizando más contenido en las redes sociales posicionando la empresa en plataformas informativas relevantes que contribuyan a su permanencia en el mercado.

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”			
Código: En construcción	Dependencia Generadora: Programa de Comunicación Social y Periodismo	Versión: 1	Página 25 de 32	En construcción

- Se analizó y evaluó el alcance, la medición de las métricas de desempeño de las estrategias de comunicación cuyos resultados se presentaron en informes y reportes.

3.5 NORMATIVIDAD EXTERNA E INTERNA QUE RIGE EL ESCENARIO DE PRÁCTICA

Maharba Studios es una empresa de medios de comunicación sin ánimo de lucro, como tal, está sujeta a las leyes y regulaciones en materia de trabajo y empleo. El marco jurídico que regula a los empresarios individuales está comprendido por el Código de Comercio en cuanto a sus actividades económicas, y por el Código Civil en cuanto a sus responsabilidades.

Adicionalmente se tiene en cuenta la siguiente normativa referente a las TIC para la ejecución de sus actividades:

LEY O NORMA	CONTENIDO
La Ley 590 de 2000 – Ley Mipyme	Ley marco que suscribe la política estatal para la promoción de la creación de empresas.
Ley 1341 de 2009 Congreso de la República	Por la cual se definen principios y conceptos sobre la sociedad de la información y la organización de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones –TIC–, se crea la Agencia Nacional de Espectro y se dictan otras disposiciones.
Ley 1065 de 2006 Congreso de la República	Por la cual se define la administración de registros de nombres de dominio.co y se dictan otras disposiciones.
Decreto 235 de 2010 Ministerio de Hacienda y Crédito Público.	Por el cual se regula el intercambio de información entre entidades para el cumplimiento de funciones públicas.
Decreto 1078 de 2015 Ministerio de las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones	Por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones.
Circular 17 de 2001 Dirección Nacional de	Modificación Circular 12 del 2 de febrero de 2007 sobre recomendaciones, seguimiento y resultados sobre el cumplimiento



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



Código: **En construcción**

Dependencia Generadora:
Programa de Comunicación Social y Periodismo

Versión: **1**

Página **26** de 32

En construcción

Derechos de Autor	de las normas en materia de derecho de autor sobre programas de computador (software).
Directiva Presidencial de 2003 El presidente de la República de Colombia	Manejo de las Comunicaciones del Gobierno.
Resolución 3436 de 2017 Ministerio de las Tecnologías de la Información y las comunicaciones	Por la cual se reglamentan los requisitos técnicos, operativos y de seguridad que deberán cumplir las zonas de acceso a Internet inalámbrico de que trata el capítulo 2, título 9, parte 2, del Decreto 1078 de 2015.

3.6 PLAN DE MEJORAMIENTO

Funciones	Actividades	Metas
Crear material fotográfico y audiovisual siguiendo los lineamientos y protocolos institucionales	Prestar el servicio de cámara tanto local como nacional, para ser presentados en los diferentes medios de comunicación institucional.	Para el año 2023 haber cumplido el 100% los objetivos del Plan de Actividades de Maharba Studios
Crear reportajes y contenido como soporte para los diferentes tipos de comunicación institucional.	Editar el material fotográfico y audiovisual realizando la producción, post-producción	Para que en el 2023 Maharba Studios se posicione con productos y servicios de información de alta calidad.
Organizar todo el material fotográfico y audiovisual de la Maharba Studios	Generar una base de datos para la clasificación y consulta del material fotográfico y audiovisual.	Para el año 2023 haber organizado y clasificado el 80% del material audiovisual y fotográfico de Maharba Studios.

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”			
Código: En construcción	Dependencia Generadora: Programa de Comunicación Social y Periodismo	Versión: 1	Página 27 de 32	En construcción

3.7 EVIDENCIA DE LA EJECUCION TOTAL DE LA PRÁCTICA

Llevar a cabo trabajo de reportería, cubrimiento y edición de noticias para brindar un producto y servicio de calidad se requiere de un espacio y tiempo suficiente para cumplir a cabalidad con los objetivos que estipule Maharba Studios; objetivos que se cumplieron a cabalidad debido a los conocimientos técnicos adquiridos en la Universidad sumados a la experiencia laboral en el área, mejorando de esta forma las actividades encomendadas y aportando al equipo de trabajo.

<p>Porcentaje Implementación</p> <p>85%</p>

3.8 CERTIFICACIÓN DE LA PRÁCTICA



MAHARBA STUDIOS
La diferencia y la imparcialidad
hecha realidad



CERTIFICADO DE PASANTIAS

Señores:
Corporación Universitaria del Meta
UNIMETA

Es grato dirigirme a ustedes, con la oportunidad de comunicarles que el alumno Diego Abraham Zambrano Cuestas con CC. # 11435441 de Facatativá, ha realizado las horas adecuadas del 1 de febrero de 2022 al 30 de junio del 2022, quien se desempeñó satisfactoriamente, en el área de Comunicación Social y Periodismo de nuestra empresa, siendo su tutor la profesional Paula Lorena Zambrano Caballero.
Constancia que se expide el 23 de mayo de 2023.

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”			
Código: En construcción	Dependencia Generadora: Programa de Comunicación Social y Periodismo	Versión: 1	Página 28 de 32	En construcción

3.9 CONCLUSIONES

- En este proceso de formación académica, reforcé mis conocimientos en periodismo y comunicación lo cual contribuyó a mejorar aspectos de diseño, gestión, ejecución y evaluación de la comunicación, así como a la investigación, análisis, interpretación y divulgación de información de forma objetiva a través de cualquier medio de comunicación (periódicos, televisión, radio, redes sociales).
- Con el desarrollo tecnológico y el auge de diversas plataformas de información, especialmente las redes sociales, nos obliga como periodistas y comunicadores adaptarnos a estas nuevas herramientas para aprovechar de manera correcta las posibilidades que estas

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”			
Código: En construcción	Dependencia Generadora: Programa de Comunicación Social y Periodismo	Versión: 1	Página 29 de 32	En construcción

plataformas nos pueden brindar para posicionarnos e informar velozmente cualquier acontecimiento y abriendo un espacio de comunicación activa y retroalimentación con los usuarios.

- El objetivo principal para ser un buen periodista es tener unos valores éticos que nada ni nadie los pueda cambiar, responsabilidad social ante los mensajes que difundamos promoviendo los valores a la sociedad, mostrar cambios positivos, no intentar buscar el poder por medio de la información.

REFERENCIAS

- Directorio de empresas de Cundinamarca- Facatativá
- <https://www.informacolombia.com/directorio-empresas/informacion-empresa/maharba-studios-sas>
- Cámara de Comercio de Facatativá <https://ccfacatativa.org.co/realiza-tu-tramite/registro-mercantil/> <https://ccfacatativa.org.co/realiza-tu-tramite/registro-mercantil>
- Maharba Studios Facebook <https://www.facebook.com/maharbastudios/>

Maharba Studios (@maharbastudios) - Instagram

- <https://www.instagram.com/maharbastudios/?hl=es>

Maharba Studios S A S - Teléfono y dirección | Empresite

	FORMATO “GUIA PARA INFORME DE PRACTICA”			
Código: En construcción	Dependencia Generadora: Programa de Comunicación Social y Periodismo	Versión: 1	Página 30 de 32	En construcción

- <https://empresite.eleconomistaamerica.co/MAHARBA-STUDIOS-SAS.html>