



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



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL META- UNIMETA.

Presentado por:

Jorge Romero Rodríguez

Presentado a:

DOCENTE: MARÍA CAMILA DE LA OSSA.

Informe de homologación de prácticas laborales.

MAYO DE 2023



Contenido

1. RESEÑA HISTÓRICA.....	3
2. PLAN ESTRATÉGICO DE TOCANITA SAS.....	4
2.1 MISIÓN	4
2.2. VISIÓN.....	4
3. OBJETIVOS INSTITUCIONALES.....	5
4. DESCRIPCION DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DESARROLLADOS.....	6
5. OBJETIVO BUSCADO EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL.....	7
6. METAS PROPUESTAS PARA EL ESTUDIANTE:	7
7. DIAGNÓSTICO Y PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS AL INICIAR LA PRÁCTICA:.....	7
8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.....	8
9. CRONOGRAMA	9
10. NORMATIVIDAD INTERNA Y EXTERNA QUE RIGE LA ENTIDAD DE PRÁCTICA.....	10
11. EVALUACIÓN DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y RIESGOS (DOFA).....	11
12. ESTRUCTURA DEL DIAGNÓSTICO.....	12
13. EVIDENCIAS OBJETIVAS.....	13
14. PORCENTAJE DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE PRÁCTICA	18



1. RESEÑA HISTÓRICA.

En el contexto colombiano realizar emprendimientos se constituye en una odisea. Se deben lidiar con un gran cúmulo de normas, algunas vetustas de casi impracticable aplicación; se debe tener un marco conceptual muy flexible y extenso para llegar al menos a formalizar la constitución de una empresa. Pero es lo de menos, lo de mayor calibre es la gran carga tributaria, administrativa y laboral que pesa como un lastre que paraliza a los valientes colombianos con pretensiones de emprendedores; se requiere un músculo financiero para comenzar un proyecto empresarial formalizado y en cumplimiento del cúmulo denso de reglamentos y normas.

En análisis comparativo sin necesidad de hablar de países con una libertad empresarial que alienta la creación de empresas y consecuentemente, la creación de empleos formales, como los estados europeos los norteamericanos, solo mirando en nuestra Latinoamérica, encontramos que por ejemplo en Chile para crear una empresa, se requieren tres pasos, frente a nosotros que el mismo proceso demanda más de 35 requisitos.

En ese entorno, pero siempre con la convicción de que mejor que estar buscando empleo, es crearlo, se constituyó formalmente la empresa comercial TOCANITA SAS. Los socios, son profesionales en Derecho, Contaduría Pública y Medicina en la especialidad de Ginecología; sin embargo, al margen de sus profesiones y experiencia profesional particular, han tendido siempre como norte que más que demandar empleo lo que la sociedad necesita es crearlo, por ello han propendido por el emprendimiento en diferentes áreas, de producción de bienes y servicios.

Es Así como en Julio de 2021, se constituye en Bogotá esta empresa dedicada a la prestación de servicios jurídicos, administrativos y financieros, desde el entorno macroeconómico de la actualidad permeada por paralelo mundo virtual; es decir con énfasis de las plataformas de las comunicaciones, para potenciar el



teletrabajo, buscando maximizar los recursos y consecuentemente generar unas buenas utilidades. Esta empresa ha nacido desde la perspectiva ética de cumplir con todas las obligaciones legales y dentro de la responsabilidad social y ambiental necesaria.

2. PLAN ESTRATÉGICO DE TOCANITA SAS

2.1 MISIÓN

La misión empresarial y social de Tocanita SAS, es ser un actor importante en la prestación de servicios profesionales, para las personas naturales o jurídicas que pasen por problemas legales, administrativos o financieros; debemos ser una verdadera y viable alternativa que mitigue las crisis de nuestros clientes, aplicando para ello el marco jurídico vigente concatenado con nuestras altas competencias profesionales y personales; buscando para la clientela que la solución no solo sea efectiva y suficiente, si no también alcanzable desde la arista económica.

2.2. VISIÓN

En un lapso de un lustro, Tocanita SAS, será reconocida como una empresa de servicios de las mejores en el competitivo mercado nacional; ese reconocimiento se está gestando sobre la base de ser percibidos como excelentes prestadores de servicios especializados en áreas legales, administrativas o financieras.



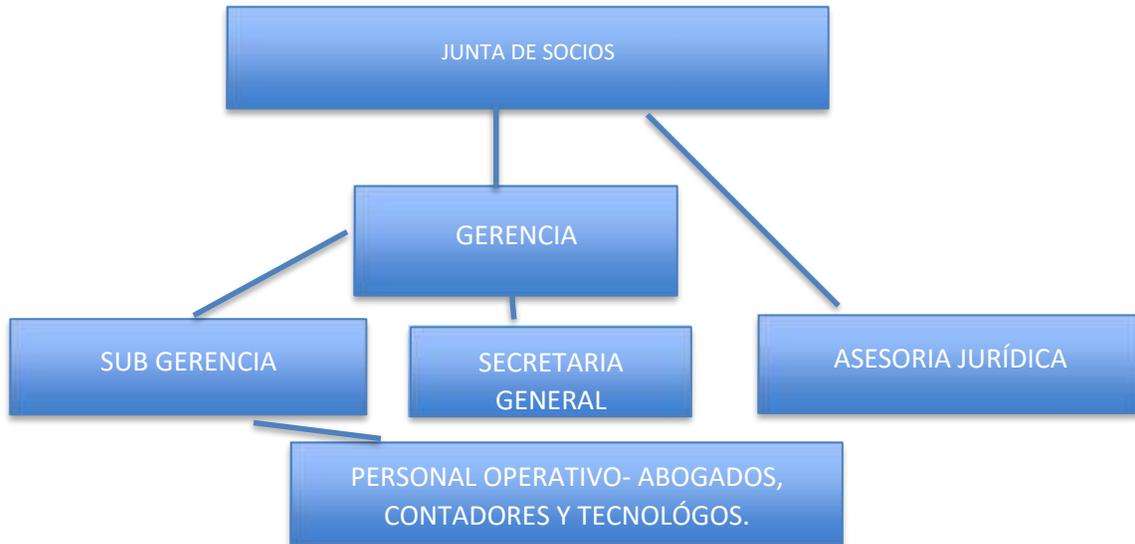
3. OBJETIVOS INSTITUCIONALES

Objetivos

- 2.3.1. Ofrecer servicios especializados, a precios competitivos en el mercado.
- 2.3.2. Contar con las certificaciones de calidad que son compatibles con nuestro objeto social.
- 2.3.3. Gestar unas excelentes relaciones con nuestros clientes, que se basen en un servicio de excelente calidad.
- 2.3.4. Identificar nuestras debilidades y fortalezas, tanto en el ámbito interno como externo; buscando corregir las primeras y potenciar las segundas.
- 2.3.5. Proporcionar los servicios que se requieran en el mercado, desde un nivel basado en la excelencia.
- 2.3.6. Gestar y fortalecer un equipo de trabajo comprometido, motivado y responsable.
- 2.3.7. Que la empresa sea rentable, en crecimiento y sostenible dentro de un marco de responsabilidad social.
- 2.3.8. Tener capacidad de adaptación a los entornos políticos y económicos que sobrevengan en el tiempo.
- 2.3.9. Estar siempre a la vanguardia de las tendencias del mercado, apoyados en las tecnologías de punta.



ORGANIGRAMA



4. DESCRIPCION DE FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS DESARROLADOS.

- 3.1 Diseñar los planes de comunicación integral, en armonía con los objetivos de la empresa.
- 3.2.Revisar, y también diseñar boletines y demás elementos de comunicación interna y externa de la empresa.
- 3.3.Supervisar y dirigir las estrategias de la empresa en las redes sociales.
- 3.4.Crear pautas de marca y asegurarse de que todos los miembros de la empresa, estén enterados de las políticas empresariales.
- 3.5.Programar y dirigir los eventos públicos en que participe la empresa.
- 3.6.Representar a la empresa en eventos públicos.
- 3.7.Elaborar y socializar el manual de comunicaciones y de crisis de la empresa, así como sus actualizaciones y ajustes.
- 3.8.Ejecutar los procedimientos de gestión de crisis y socializarlos con los empleados.



5. OBJETIVO BUSCADO EN LA PRÁCTICA PROFESIONAL

Practicar los datos, estructuras y conocimientos adquiridos en cada una de las asignaturas de Comunicación social y Periodismo, en la aplicación en un entorno real y competitivo empresarial.

6. METAS PROPUESTAS PARA EL ESTUDIANTE:

- 5.1. Buscar que, en mi práctica laboral, de potencialicen mis conocimientos teóricos.
- 5.2. Hacer que aprestamiento profesional, ayude efectivamente a maximizar los resultados positivos de la empresa.
- 5.3. Prepararme mediante mi práctica laboral, para estar en un nivel competitivo y poder prestar asesoría a otras empresas.
- 5.4. Encontrar e implementar estrategias de comunicación que redunden en buenas prácticas empresariales.
5. 5. Dejar muy en alto el nombre de UNIMETA, esto mediante un cumplimiento de funciones en un marco de excelencia.

7. DIAGNÓSTICO Y PROBLEMÁTICAS IDENTIFICADAS AL INICIAR LA PRÁCTICA:

- ✓ Empirismo en el manejo de las comunicaciones de la empresa.
- ✓ Cada persona en la empresa, hacia las cosas como mejor le parecieran en el manejo comunicacional, tanto interno como externo.
- ✓ No se tenían manuales de crisis ni de comunicaciones, por lo que se actuaba de manera reactiva y no preventiva.
- ✓ No se les daban a las redes sociales, ninguna importancia en el entorno empresarial.



- ✓ Se consideran innecesario pagar por publicidad en redes sociales.
- ✓ El gerente era el encargado de tomar todas las determinaciones comunicacionales, en las crisis, de manera pragmática sin consideraciones previas ni protocolos.

8. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DESARROLLADAS.

- ✓ Desde Mayo, 1 de 2022, hasta la fecha, ya que esta actividad está en permanente construcción. Diseñar los planes de comunicación integral, en armonía con los objetivos de la empresa.
- ✓ Desde mayo 1 de 2022 hasta febrero 28 de 2023. Revisar, y también diseñar boletines y demás elementos de comunicación interna y externa de la empresa.
- ✓ Desde mayo 1 de 2022 hasta la fecha; esta actividad es de permanente ejecución y siempre se deberá realizar. Supervisar y dirigir las estrategias de la empresa en las redes sociales.
- ✓ Desde mayo 1 de 2022 hasta la fecha; también se debe realizar en todo momento empresarial. Crear pautas de marca y asegurarse de que todos los miembros de la empresa, estén enterados de las políticas empresariales.
- ✓ Desde mayo 1 de 2022 hasta la fecha. Programar y dirigir los eventos públicos en que participe la empresa.
- ✓ Desde mayo 1 de 2022 hasta la fecha. Representar a la empresa en eventos públicos.
- ✓ Esta labor se realizó entre el 1 de mayo de 2022 y el 28 de febrero de 2023. Elaborar y socializar el manual de comunicaciones y de crisis de la empresa, así como sus actualizaciones y ajustes.
- ✓ Entre el 1 de mayo de 2022 hasta la fecha, Ejecutar los procedimientos de gestión de crisis y socializarlos con los empleados.



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



9. CRONOGRAMA

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
FASE	ACTIVIDADES	MES				MES				MES				MES			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Estudio	Planeación de actividades	X	x	x	x	x	x	x	X								
Diagnóstico	La compañía no contaba con un plan de comunicaciones, ni siquiera se concebía como importante.	X	x	x	x	x	x	x	X								
Planeación	Realización de actividades tendientes a mirar la implementación de políticas comunicacionales.	X	x	x	x	x	x	x	X								
	Socializar los nuevos procedimientos y políticas de comunicación.	X	x	x	x	x	x	x	X								
	Incluir al recurso humano en las implementaciones, de cara a las comunicaciones,	X	x	x	x	x	x	x	X								
	Generar nuevas piezas de estudio para el personal	X	x	x	x	x	x	X	X								
	Generar y socializar nuevas estrategias en comunicaciones	X	x	x	x	x	x	x	x								
	Generar plan de mejoramiento integral.																
	Ejecución	Revisión y análisis de redes sociales, en plan de implementar plan de publicidad y mercadeo.	X	x	x	x	x	x	x	X							



FORMATO
"GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"



Actualización y ajuste de las políticas de comunicación.	X	x	x	x	x	x	x	X											
--	---	---	---	---	---	---	---	---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

10. NORMATIVIDAD INTERNA Y EXTERNA QUE RIGE LA ENTIDAD DE PRÁCTICA.

a- Normatividad externa.

- Artículo 20 de la Constitución Política.
- Artículo 73 de la Constitución política.
- Artículo 333 y siguientes de la Constitución Política de Colombia.
- Decreto 40 de 1971 o Código de Comercio en su libro segundo.
- Código Sustantivo del trabajo.
- Ley 100 de 1993 y sus diferentes decretos reglamentarios.
- Ley 590 de 2000 Mypimes.
- Estatuto Tributario.
- Ley 918 de 2004. **b- Normatividad interna.** - Reglamento interno de trabajo.



11. EVALUACIÓN DE FORTALEZAS, OPORTUNIDADES, DEBILIDADES Y RIESGOS (DOFA).

MATRIZ DOFA	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
<p>La experiencia acumulada de la mayoría de los miembros del grupo, es importante desde la perspectiva de profesionales especializados.</p> <p>El compromiso y la responsabilidad de todas las personas que integran el grupo de trabajo es importante, ya que se pueden asignar funciones y son cumplidas a cabalidad , por los demás miembros grupales</p> <p>El acompañamiento de las personas con experiencia en la asesoría profesional especializada</p> <p>Lo activos correspondientes a los equipos de producción, están a la vanguardia tecnológica.</p> <p>Nuestro personal es altamente calificado y con suficiente experiencia en los ámbitos del mercado.</p> <p>En esta empresa tenemos un alto sentido ético y compromiso con nuestros clientes</p>	<p>Por ahora somos una empresa catalogada como micro empresa, ya que contamos con solo 8 colaboradores.</p> <p>El liderazgo compartido por el Gerente y el reconocimiento de ese liderazgo</p> <p>La dificultad de realizar reuniones presenciales, debido a la ubicación y a las actividades de cada uno de los miembros de la empresa; no es lo mismo una reunión virtual que una presencial, en la segunda se pueden percibir detalles personales que son importantes para el desarrollo de un producto audio visual.</p> <p>La competencia en el mercado audiovisual es cada vez más cerrada, por lo que incide en la baja de los precios</p> <p>Algunos de los integrantes del grupo, tienen experiencia en litigio y asesoría, pero no en comunicaciones.</p> <p>No se contaba con manuales de procedimientos, lo cual se traduce en algo de improvisación.</p>
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<p>El nuevo gobierno se vislumbra como un reformista y siempre que hay cambios e incertidumbres, también se crean opciones de desarrollo.</p>	<p>La competencia en la hoy inmensa cantidad de trabajos similares, que se producen a nivel Local y nacional. Es difícil destacar un trabajo en medio de</p>



<p>En el contexto del marco tributario forjado en la última reforma tributaria, se nos abren oportunidades, ya que somos expertos en manejo de impuestos</p> <p>Para TOCANITAS SAS, por ser una empresa especializada en servicios, con la reformas se abren oportunidades, ya que las personas van a requerir más asesoría.</p>	<p>las ingentes cantidades de productos similares.</p> <p>Los costos que se podrían generar, si se quisiera masificar el acceso al producto desarrollado, en los canales de las redes sociales.</p> <p>El entorno macroeconómico, que nos enfrenta a nuevas cargas laborales y tributarias</p>
--	--

12. ESTRUCTURA DEL DIAGNÓSTICO

Para hacer un marco de la situación empresarial al empezar las prácticas, se tomaron los siguientes parámetros como estructura del diagnóstico.

- 10.1 Carencia de protocolos de comunicación interna y externa.
- 10.2 No había funciones establecidas con claridad, de cara a las comunicaciones.
- 10.3 En asuntos de manejo de crisis, no existía un vocero asignado ni unos procedimientos establecidos previamente, por lo que las actuaciones eran reactivas en consultas; lo cual derivaba en la agudización de los problemas.
- 10.4 Ni siquiera se consideraba que las comunicaciones programadas y profesionales, tuvieran un impacto positivo en todas las áreas, en desarrollo del objeto social.
- 10.5 No contaban con un manual de comunicaciones.

11. PLAN DE MEJORAMIENTO.

Consideramos que cualquier plan de mejoramiento debe tener como cimientos, los resultados de un diagnóstico previo. Solo con un marco conceptual serio y objetivo de una situación empresarial, se puede plantear un plan de mejoramiento. Sobre ese precepto anterior, se han implementado las políticas



objetivas en pro de minimizar los errores presentados, buscando una articulación administrativa que propenda con el plan estratégico y se sintonice con la ejecución financiera, es decir que se están realizando reuniones con la administración de TOCANITA SAS, para evaluar los diferentes problemas presentados en la comunicación empresarial, ofreciendo desde la perspectiva profesional, las soluciones, es así como a la fecha se han mitigado las contingencias, desde la aplicación de protocolos preexistentes.

13.EVIDENCIAS OBJETIVAS

<https://fb.watch/klltfTU4oA/?mibextid=j8LeHn>



https://fb.watch/kllEUdb_YJ/?mibextid=2Rb1fB



FORMATO "GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"



Asesoría Legal, Financiera y Tributaria. ***
7 de ene. de 2022 · 🌐

¿Tienes Conflictos en la Repartición de una Herencia?

En **Asesoría Legal** te... Ver más

¡TE ASESORAMOS!
SUCESIONES
Herencias

Asesorías Gratuitas
📞 302 857 86 84

Asesoría Legal, Financiera y Tributaria.
Servicio legal

WhatsApp

Asesoría Legal, Financiera y Tributaria. ***
7 de ene. de 2022 · 🌐

No le sumes a un divorcio tramites complejos

En **Asesoría Legal** te ayudamos a buscar la me... Ver más

¡TE ASESORAMOS!
DIVORCIOS

Asesorías Gratuitas
📞 302 857 86 84

Asesoría Legal, Financiera y Tributaria.
Servicio legal

WhatsApp



FORMATO "GUIA PARA INFORME DE PRACTICA"



Tocanita SAS
14 de nov. de 2021 · 🌐

#noalaviolenciadegenero#noalaviolenciacontralamujer#penas#castigos#noalabuso#abogadospenalistas



Ver estadísticas [Promocionar una publicación](#)

Tocanita SAS
12 de nov. de 2021 · 🌐

#Divorcio con o sin mutuo acuerdo
#Liquidación de Bienes
#Liquidación de sociedad ... Ver más



Ver estadísticas [Promocionar una publicación](#)



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



TOCANITA SAS

NIT 901292349-5

CERTIFICACIÓN

LAURA VIVIANA ROMERO GÓMEZ, identificada con la cédula de ciudadanía número 1019021653 de Bogotá, en calidad de Representante Legal de TOCANITA SAS, con NIT 901.292.349-5, hace constar:

Que el señor JORGE ROMERO RODRÍGUEZ, quien se identifica con la cédula de ciudadanía número 79.286.669 de Bogotá, ha desempeñado las funciones de DIRECTOR DE COMUNICACIONES, desde el 1 de mayo de 2022 hasta la fecha, en su desempeño desarrolla las siguientes funciones:

Diseñar los planes de comunicación integral, en armonía con los objetivos de la empresa; Revisar, y también diseñar boletines y demás elementos de comunicación interna y externa de la empresa; Supervisar y dirigir las estrategias de la empresa en las redes sociales; crear pautas de marca y asegurarse de que todos los miembros de la empresa, estén enterados de las políticas empresariales; programar y dirigir los eventos públicos en que participe la empresa; representar a la empresa en eventos públicos; elaborar y socializar el manual de comunicaciones y de crisis de la empresa, así como sus actualizaciones y ajustes; ejecutar los procedimientos de gestión de crisis y socializarlos con los empleados.

La presente se expide en la ciudad de Bogotá D.C., a los veinte (20) días de febrero de 2023.

LAURA VIVIANA ROMERO GOMEZ
s. Representante Legal
TOCANITA SAS

contacto
CELULAR 3174276062
MAIL tocanitasas@gmail.com



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



Cámara de Comercio de Bogotá
Sede Virtual

CERTIFICADO DE EXISTENCIA Y REPRESENTACIÓN LEGAL

Fecha Expedición: 20 de febrero de 2023 Hora: 12:21:32

Recibo No. AA23391393

Valor: \$ 7,200

CÓDIGO DE VERIFICACIÓN A2339139359998

Verifique el contenido y confiabilidad de este certificado, ingresando a www.ccb.org.co/certificadoselectronicos y digite el respectivo código, para que visualice la imagen generada al momento de su expedición. La verificación se puede realizar de manera ilimitada, durante 60 días calendario contados a partir de la fecha de su expedición.

La persona jurídica SI autorizó para recibir notificaciones personales a través de correo electrónico, de conformidad con lo establecido en los artículos 291 del Código General del Procesos y 67 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo.

CONSTITUCIÓN

Constitución: Que por Documento Privado no. sin num de Asamblea de Accionistas del 12 de enero de 2019, inscrita el 10 de junio de 2019 bajo el número 02474738 del libro IX, se constituyó la sociedad comercial denominada TOCANITA SAS.

TÉRMINO DE DURACIÓN

Duración: Que la sociedad no se halla disuelta, y su duración es indefinida.

OBJETO SOCIAL

Objeto Social: La sociedad puede realizar, en Colombia y en el exterior cualquier actividad lícita, comercial o civil.

CAPITAL Capital:

** Capital Autorizado ** Valor :

\$500,000,000.00

No. de acciones : 500.00

Valor nominal : \$1,000,000.00

** Capital Suscrito **



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



Valor : \$100,000,000.00
No. de acciones : 100.00
Valor nominal : \$1,000,000.00
** Capital Pagado **
Valor : \$100,000,000.00
Página 2 de 5

<http://fundaciontocanita.com/>

14. PORCENTAJE DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE PRÁCTICA

La implementación de mis conocimientos en la práctica laboral está en noventa y cinco por ciento (95).