



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



INFORME DE HOMOLOGACIÓN DE PRÁCTICAS LABORALES EN ON MUSIC

CAMILO MARTINEZ BLANCO

GERENTE ON MUSIC

PRESENTADO POR:

ADRIANA ARÉVALO VÁSQUEZ

PRESENTADO A: **MARIA CAMILA DE LA OSSA**

DOCENTE PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA DEL META

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES Y PERIODISMO

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

PRACTICA PROFESIONAL/HOMOLOGACIÓN

2023



CONTENIDO

CAPITULO 1. PRIMERA ENTREGA	3
1. Reseña histórica:	3
2. Plan estratégico del escenario de práctica: misión, visión, objetivos y metas	4
3. Descripción de funciones y procedimientos a desarrollar o desarrollados en el caso de homologación.	6
4. Objetivos buscados en la práctica profesional	7
5. Metas propuestas:	9
6. Diagnóstico y problemáticas identificadas al iniciar la práctica:	9
6.1 Descripción del diagnóstico institucional	9
7. Cronograma	10
8. Porcentaje de implementación del plan de práctica	10
CAPITULO 2.	11
9. Descripción de las actividades y funciones desarrolladas por el practicante.	11
10. Normatividad externa e interna que rige a la entidad de práctica	11
11. Estructura del diagnostico	12
12. Plan de mejoramiento	15
13. Porcentaje de implementación del plan de práctica:	15



CAPITULO 1. PRIMERA ENTREGA

1. Reseña histórica:

La empresa ON MUSIC de eventos sociales fue fundada el 15 de octubre de 2010, por Cristian Camilo Martínez, un productor DJ apasionado por el arte de la planificación y organización de eventos. Al principio, la empresa se enfocó en pequeñas celebraciones como bodas y cumpleaños, pero rápidamente comenzó a ganar reconocimiento por su atención al detalle y su capacidad para hacer que cada evento fuera único y personalizado. En los primeros años, ON MUSIC se enfocó en el mercado local, pero pronto comenzó a recibir solicitudes de clientes de otras ciudades. Esto llevó a la empresa a expandir sus servicios a nivel regional y, eventualmente, nacional. En el año 2022, ON MUSIC implementó una estrategia de marketing en línea y comenzó a utilizar las redes sociales para promocionar sus servicios. Esta estrategia fue un gran éxito y permitió a la empresa llegar a un público más amplio y diverso. A lo largo de los años, ON MUSIC ha sido reconocida por su excelente servicio y por su capacidad para crear eventos únicos y memorables. Han trabajado con clientes de todo tipo, desde parejas que buscan una boda íntima y romántica hasta grandes corporaciones que necesitan un evento empresarial espectacular. En la actualidad, ON MUSIC cuenta con un equipo de profesionales altamente capacitados y experimentados en la organización de eventos sociales. La empresa se ha expandido a nuevas áreas como la decoración



y el diseño de eventos, lo que les ha permitido ofrecer a sus clientes una experiencia completa y personalizada. En resumen, la empresa ON MUSIC ha tenido un crecimiento constante y exitoso desde su fundación en el año 2010. Su enfoque en la atención al detalle, la personalización y la calidad del servicio ha sido la clave de su éxito en el mercado de eventos sociales.

2.1 Misión:

Nuestra misión es hacer realidad los sueños de nuestros clientes mediante la creación de eventos sociales únicos y memorables que reflejen su estilo y personalidad. Nos esforzamos por brindar un servicio excepcional, desde la planificación hasta la ejecución del evento, asegurándonos de que cada detalle esté cuidado con la máxima atención y calidad. Nos comprometemos a trabajar con honestidad, transparencia y profesionalismo para garantizar la satisfacción total de nuestros clientes.

1.2. Visión:

Ser reconocidos como la empresa líder en la organización de eventos sociales de alta calidad y satisfacción del cliente en nuestra región, ofreciendo servicios personalizados y exclusivos que superen las expectativas de nuestros clientes.

2. Plan estratégico del escenario de práctica: misión, visión, objetivos y metas

Descripción de la institución



2.1 MISIÓN

La empresa ON MUSIC, está plenamente comprometida con sus clientes, buscando su mayor satisfacción, que cada evento realizado sea impactante y único, para ello cuenta, con los mejores profesionales, los más selectos proveedores de bienes y servicios, para llevar el sueño de nuestros clientes a la realidad.

2.2 VISIÓN

La Empresa ON MUSIC, esta plenamente comprometida en buscar que cada día sus eventos se caractericen por ser personalizados, de acuerdo a las necesidades de cada empresa y o persona, y que su mercado aumente tanto a nivel regional como nacional, buscando siempre marcar la diferencia, en su excelencia en calidad y servicio al cliente.

2.3 OBJETIVOS INSTITUCIONALES

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

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

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

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



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



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

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

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

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

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

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

3. Descripción de funciones y procedimientos a desarrollar o desarrollados en el caso de homologación.

*Dirigir las estrategias de contenidos en las redes sociales.

*Consejería en los mensajes de comunicación interna y externa.

* Seguimiento de contenidos en la página Web.

* Elaboración, actualización y socialización del manual de comunicaciones.

* Planificar las estrategias de valoración de la imagen empresarial.



* Elaborar los guiones de los productos audiovisuales.

*Asesoría jurídica (en su calidad de abogada) en la contratación de los empleados enfocados en nuestro objeto social de productores audiovisuales.

4. Objetivos buscados en la práctica profesional

Practicar los conocimientos teóricos y académicos de la comunicación social y periodismo, en el entorno empresarial en pro de afianzar las aptitudes personales, para ser un excelente y competitivo profesional.

4.1 OBJETIVO GENERAL

Desarrollar los conocimientos como comunicadora social y periodista a las funciones encargadas, siempre encaminadas a la visión y la misión de ON MUSIC.

2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Ofrecer servicios de planificación y organización de eventos sociales de alta calidad y personalizados para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes.
- Mantener una imagen profesional y confiable, construyendo una reputación positiva en el mercado y manteniendo relaciones sólidas con clientes y proveedores.
- Ofrecer servicios innovadores y creativos que permitan a los clientes tener experiencias únicas y memorables.



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



- Ofrecer servicios a precios competitivos y proporcionar un alto nivel de valor y calidad. • Establecer relaciones duraderas con clientes, proveedores y otros actores en la industria de eventos sociales.
- Identificar y aprovechar oportunidades de mercado y expandir su alcance y cartera de clientes.
- Proporcionar una amplia gama de servicios, incluyendo planificación, organización, decoración, catering, entretenimiento, fotografía, video, y otros servicios relacionados con eventos sociales.
- Mantener una cultura de trabajo en equipo, motivación y excelencia en el servicio al cliente.
- Crear una empresa rentable y sostenible que permita a los empleados crecer y desarrollarse profesionalmente.
- Adaptarse a los cambios en la industria de eventos sociales y mantenerse actualizado en las últimas tendencias y tecnologías para ofrecer servicios de vanguardia.



5. Metas propuestas:

- Aplicar y reforzar mis conocimientos teóricos prácticos como periodista y comunicadora social, con el fin de aumentar mi experiencia y convertirme en una profesional de alto nivel y poder aportar de manera positiva al cambio informativo de los medios de comunicación de nuestro país.

6. Diagnóstico y problemáticas identificadas al iniciar la práctica:

Carencia de protocolos de comunicación interna y externa.

No había manual de funciones establecida con claridad, de cara a las comunicaciones.

6.1 Descripción del diagnóstico institucional

- Carencia de protocolos de comunicación interna y externa.
- No había funciones establecidas con claridad, de cara a las comunicaciones.
 - 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.
 - Ni siquiera se consideraba que las comunicaciones programadas y profesionales, tuvieran un impacto positivo en todas las áreas, en desarrollo del objeto social.
- No contaban con un manual de comunicaciones.



7. Cronograma

Dirigir las estrategias de contenidos en las redes sociales. Desde agosto 1 de 2021 hasta la fecha, ya que es una actividad permanente y acumulable en el tiempo; que siempre se debe estar aplicando y construyendo en el tiempo, es decir que no concluye en ningún momento.

Consejería en los mensajes de comunicación interna y externa. De igual forma es una actividad que se debe estar actualizando siempre, por lo que la he estado desarrollando desde el 1 de agosto de 2021 hasta la fecha.

Seguimiento de contenidos en la página Web. Desde que se implementó la página, en junio de 2022, hasta la fecha.

Elaboración, actualización y socialización del manual de comunicaciones. Se elaboró entre agosto 1 de 2021 y diciembre 31 de 2021. Sin embargo, su actualización es permanente.

Planificar las estrategias de valoración de la imagen empresarial. Esta función se cumplió y dejó establecida entre agosto 1 de 2021 y febrero 28 de 2023.

Elaborar los guiones de los productos audiovisuales. Desde diciembre 1 de 2022, hasta la fecha.

Asesoría jurídica (en mi calidad de abogada) en la contratación de los empleados enfocados en nuestro objeto social de productores audiovisuales. Es una actividad permanente, por lo que va desde mi vinculación en agosto 1 de 2021 hasta la fecha.

8. Porcentaje de implementación del plan de práctica



La implementación de mis conocimientos en la práctica laboral, está en noventa por ciento (90%), donde se aplica a las funciones encargadas los conocimientos adquiridos en la academia.

CAPITULO 2.

9. Descripción de las actividades y funciones desarrolladas por el practicante.

- ✓ Dirigir las estrategias de contenidos en las redes sociales.
- ✓ Consejería en los mensajes de comunicación interna y externa.
- ✓ Seguimiento de contenidos en la página Web.
- ✓ Elaboración, actualización y socialización del manual de comunicaciones.
- ✓ Planificar las estrategias de valoración de la imagen empresarial.
- ✓ Elaborar los guiones de los productos audiovisuales.
- ✓ Asesoría jurídica (en su calidad de abogada) en la contratación de los empleados enfocados en nuestro objeto social de productores audiovisuales.

10. Normatividad externa e interna que rige a 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.
- Plan estratégico de ON MUSIC.
- Estatutos sociales de constitución.
- Manual de comunicaciones.

11. Estructura del diagnostico

- **Identificación del problema:** Durante tus prácticas como camarógrafo de noticias, he notado que a menudo tengo dificultades para obtener acceso a ciertos lugares de la noticia, lo que dificulta la cobertura de algunos eventos importantes.
- **Análisis de causas:** Tras analizar la situación, descubrí que hay varias causas subyacentes que están contribuyendo al problema. En algunos casos, puede deberse a restricciones de seguridad o privacidad que impiden el acceso al área de la noticia. En otros casos, puede ser que la falta de coordinación con otros equipos de noticias (por ejemplo, los reporteros y los editores) esté dificultando el acceso.



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



- Análisis de impacto: La falta de acceso a ciertos lugares de la noticia puede afectar la calidad y la integridad de la cobertura de noticias, lo que a su vez podría afectar la credibilidad de la organización de noticias y la satisfacción de la audiencia.

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<p>Los integrantes del grupo de ON MUSIC, además de la actividad profesional, tienen otros desempeños laborales, lo cual se traduce en el escaso tiempo que tienen para el desarrollo del producto.</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>Algunos de los integrantes del grupo, tienen experiencia en medios en general, más no específica en desarrollo audiovisual.</p>	<p>La experiencia acumulada de la mayoría de los miembros del grupo, es importante desde la perspectiva técnica y operativa en el desarrollo de productos audiovisuales.</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.</p> <p>El liderazgo compartido por el director y el reconocimiento de ese liderazgo, por los demás miembros grupales.</p> <p>El acompañamiento de las personas con experiencia en el desarrollo de los productos audiovisuales es muy importante.</p>



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



<p>No todos los miembros del grupo tienen la suficiente confianza al desarrollar, su labor en la ejecución de proyectos audiovisuales.</p> <p>No se contaba con manuales de procedimientos, lo cual se traduce en algo de improvisación.</p>	<p>Lo activos correspondientes a los equipos de producción, están a la vanguardia tecnológica.</p>
<p>OPORTUNIDADES</p>	<p>AMENAZAS</p>
<p>Las relaciones de vieja data que se tienen en los medios de comunicación masiva. Esto abre las posibilidades para eventuales acuerdos en pro de comercializar el producto final a una audiencia mayor.</p> <p>Las posibilidades que ofrecen los medios alternativos de comunicación, para la difusión de los productos audiovisuales que desarrolla ON MUSIC.</p> <p>El posicionamiento que ha alcanzado ON MUSIC, dentro del ámbito regional, se erige como una magnífica carta de presentación.</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 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>Los medios de comunicación masiva tienen a la inmensa cantidad de audiencia cautiva, por lo que encontrar un nicho lo suficientemente grande para difusión del producto audiovisual, es difícil.</p>



12. 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 ON MUSIC, 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. Porcentaje de implementación del plan de práctica:

La implementación de mis conocimientos en la práctica laboral, está en noventa por ciento (90%).