

**INFORME DE PRÁCTICAS EMPRESARIALES
FUNDACION TEJIENDO FUTURO CON LA RESPONSABILIDAD ES POSIBLE**

VIVIANA ALEJANDRA HERRERA GUTIERREZ

**COPORACION UNIVERSITARIA DEL META - UNIMETA
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
FACULTAD DE MERCADEO Y PUBLICIDAD
VILLAVICENCIO
2021**

**INFORME DE PRÁCTICAS EMPRESARIALES
FUNDACION TEJIENDO FUTURO CON LA RESPONSABILIDAD ES POSIBLE**

VIVIANA ALEJANDRA HERRERA GUTIERREZ

**ASESOR DE PRÁCTICAS
WALTER GIOVANNY URIBE CHAVARRO**

**COPORACION UNIVERSITARIA DEL META - UNIMETA
ESCUELA DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
FACULTAD DE MERCADEO Y PUBLICIDAD
VILLAVICENCIO
2021**

Nota de aceptación:

Ingeniera Nydia Maritza Gachancipá Rozo
Decana escuela de Ciencias Administrativas

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
1. RESEÑA HISTORIA FUNDACION TEJIENDO FUTURO CON LA RESPONSABILIDAD ES POSIBLE	8
2. PLAN ESTRATEGICO.....	9
2.1 . MISIÓN	9
2.2 . VISIÓN.....	9
2.3 . VALORES CORPORATIVOS:.....	9
2.4 . OBJETIVOS.....	10
2.4.1 OBJETIVO GENERAL	10
2.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	10
3. DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS A DESARROLLAR	11
4. OBJETIVOS BUSCADOS POR EL PRACTICANTE	12
4.1 . OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	12
4.2 . METAS.....	12
5. DIAGNOSTICO Y PROBLEMÁTICA DETECTADAS EN LA EMPRESA EN LA FUNDACION TEJIENDO FUTURO CON LA RESPONSABILIDAD ES POSIBLE AL INICIO DE LA PRACTICA.....	13
6. CRONOGRAMA ACTIVIDADES REALIZADAS	14
6.1 PORCENTAJE DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE PRÁCTICAS PRESENTADO AL INICIO DE LA PRÁCTICA LABORAL, A LA FECHA DEL INFORME.....	15
7. ESTRUCTURA DEL DIAGNOSTICO	16
8. PLAN DE MEJORAMIENTO	17

9. PRODUCTOS COMO RESULTADO DE LOS APORTES QUE EL PRACTICANTE HAYA REALIZADO PARCIALMENTE EN EL MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DE ACUERDO A LA EMPRESA.....	20
9.1 PIEZAS PARA SUBIR A REDES SOCIALES	20
9.2 MOCKUPS DE BROCHURE Y PLEGABLE	21
9.3 REDES SOCIALES CREADAS.....	22
10. PORCENTAJE DE IMPLEMENTACION DEL PLAN DE PRACTICA LABORAL, A LA FECHA DEL INFORME.....	24
11. NORMATIVIDAD DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO	25
CONCLUSION	26

LISTA DE TABLAS

	Pág.
TABLA 1 FUNCIONES DEL PRACTICANTE	11
TABLA 2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES REALIZADAS.	14
TABLA 3 ESTRUCTURA DEL DIAGNOSTICO	16
TABLA 4 PLAN DE MEJORAMIENTO	17

TABLA DE IMÁGENES

	Pág.
ILUSTRACIÓN 1 PIEZAS PARA SUBIR A REDES SOCIALES.....	20
ILUSTRACIÓN 2 BROCHURE TRIPTICO.....	21
ILUSTRACIÓN 3 BROCHURE DIPTICO.....	21
ILUSTRACIÓN 4 PLEGABLE TRIPTICO.....	22
ILUSTRACIÓN 5 RED SOCIAL FACEBOOK	22
ILUSTRACIÓN 6 RED SCIAL INSTAGRAM	23
ILUSTRACIÓN 7 RED SOCIAL TWITTER.....	23

1. RESEÑA HISTORIA FUNDACION TEJIENDO FUTURO CON LA RESPONSABILIDAD ES POSIBLE

En el mes de enero de 2010 gracias al compromiso social de un grupo de profesionales en diferentes áreas; social, medica, contable, jurídica, ambiental, veterinaria e ingeniería y las fuerzas vivas de ellos mismos se crea la **fundación TEJIENDO FUTURO** (con la corresponsabilidad es posible) del Departamento del Meta, ubicado en el Municipio de Villavicencio – Meta y Dorada – Caldas

Esta Fundación se crea como una entidad sin ánimo de lucro con patrimonio independiente y autonomía administrativa, en la cual se dan actividades económicas dedicadas a la atención integral; prevención de spa, vtf, maltrato infantil, abuso, apoyo a madres cabezas de hogar, atención al habitante de calle, entre otras, a través del establecimiento de redes interinstitucionales y encuentros en grupos de apoyo, creación de mesas de trabajo y comités para los grupos vulnerados (desminados, reinsertados, victimas, entre otros) a fin de promover políticas públicas y estrategias que reestablezcan y velen sus derechos y deberes. Desarrollo de actividades dirigidas al embellecimiento ambiental, reforestación, agro forestación, promoción de hábitos saludables a través del deporte y mediante procesos formativos, atención psicosocial, actividades lúdico deportivas, innovación, transferencia Tecnológica y fortalecimiento del ambiente organizacional.

2. PLAN ESTRATEGICO

2.1 . MISIÓN

En la Fundación **TEJIENDO FUTURO** ofrecemos servicios de orientación, prevención, promoción e intervención a nivel individual y grupal a toda la comunidad en general y en especial a las que han sido objeto de maltrato, violencia intrafamiliar, explotación laboral, sexual, consumo de sustancias psicoactivas, y cualquier otra problemática relacionada con la movilidad humana. Adherido a ello, consolida su conocimiento a través de procesos de investigación-acción e investigación formal para incidir en la agenda política, social y legislativa en los ámbitos departamental, municipal y nacional.

Desarrollamos nuestra misión con un equipo de trabajo altamente calificado y comprometido en la promoción de y defensa de los Derechos Humanos. Trabajamos a través de convenios interinstitucionales que nos permitan mayor calidad y cobertura en los servicios que brindamos.

2.2 . VISIÓN

En el año 2030 la **fundación TEJIENDO FUTURO** (con la corresponsabilidad es posible), se consolidará como una importante entidad de orden social desde la cual se adelantarán proyectos productivos desde todas las esferas de respuesta del ser humano, cognitiva, emocional y conductual, servirá de apoyo a otras entidades y comunidad en el área de capacitación y desarrollo organizacional.

Impactará positivamente a la comunidad y al área de influencia, además será un núcleo estratégico a través del cual se dinamizará los procesos de investigación y proyección social por medio de alianzas con el sector público y privado.

2.3 . VALORES CORPORATIVOS:

- **RESPECTO**
Por la vida, las diferentes creencias y condición humana de cada SER.

- **SOLIDARIDAD**
Buscaremos dar solidez a los seres humanos, permitiéndoles recuperar la confianza en sí mismos.

- **RESPONSABILIDAD**
Seremos responsables de nuestros actos como personas y profesionales, siendo un referente ético para otros seres que busquen la recuperación.

- **IDONEIDAD Y EFICACIA**

Habrá una preocupaci3n constante por la actualizaci3n del conocimiento y sobre todo por la humanizaci3n del tratamiento, permitiendo de este modo ofrecer un servicio más eficiente y mejor a quienes nos prefieran.

2.4 . OBJETIVOS

2.4.1 OBJETIVO GENERAL

Contribuir en el mejoramiento de la calidad de vida de las personas, organizaciones, grupos poblacionales que así lo requieran; fundamentados en los derechos humanos de la infancia y la adolescencia y demás leyes y decretos que así lo demanden desde un enfoque interdisciplinario e investigativo, formulando, diseñando y ejecutando proyectos, programas planes que abarquen actividades que permitan procesos de desarrollo viables y sostenibles.

2.4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

a. formaci3n y capacitaci3n integral de los grupos poblacionales, poblaci3n desplazada, poblaci3n vulnerable, comunidades afro descendientes e indígenas.

b. desarrollo de programas y actividades encaminadas al restablecimiento de los derechos de los niños, niñas, adolescentes, adultos j3venes y adultos mayores.

c. implementar acciones dirigidas a la recuperaci3n nutricional de la infancia, adolescencia y adultez.

d. desarrollo de proyectos en prevenci3n, promoci3n e intervenci3n en salud mental, física y emocional.

e. fomento de actividades dirigidas a la ocupaci3n del tiempo libre en actividades que alimenten la mente y ejerciten el cuerpo.

f. promoci3n de la cultura, el sentido de pertenecía social y comunicaci3n asertiva.

g. facilitar la obtenci3n de suministros y dotaciones en diferentes áreas laborales, así como logística en actividades diversas.

h. Promover y desarrollar proyectos de investigaci3n que beneficien sector social.

i. Cooperar con entidades que persigan objetivos similares.

j. Los demás que sean afines para el cumplimiento de su misi3n de la fundaci3n TEJIENDO FUTUTO

k. Diseñar y desarrollar nuevos proyectos y servicios que permitan el crecimiento y desarrollo de la fundaci3n TEJIENDO FUTURO

3. DESCRIPCION DE LAS FUNCIONES Y PROCEDIMIENTOS A DESARROLLAR

Dentro del ejercicio de prácticas en la Fundación Tejiendo Futuro Con La Responsabilidad es posible, empresa sin ánimo de lucro, donde su función es promover el desarrollo integral, humano a los grupos más desprotegidos con diversas actividades y proyectos, se van a realizar las siguientes funciones de acuerdo a lo establecido con la organización. se debe tener bases en las nuevas tecnologías a la que se enfrentan las empresas en el campo laboral y competitivo. El publicista debe exigirse para lograr plasmar mensajes que permitan llevar productos o servicios a un destino final: el cliente.

Tabla 1 Funciones del practicante

FUNCIONES	DESCRIPCIÓN
1. ADMINISTRACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE MEDIOS	las redes sociales, pagina web, mostrando fotos, videos de los diferentes proyectos y campañas realizadas.
2. DISEÑO DE PIEZAS GRAFICAS	Realizar diferentes piezas publicitarias para mostrar las diferentes campañas de entregas de viviendas, lotes o remodelaciones sociales, del año actual y de años como 2019, 2020, 2021.
3. BROCHURE/CARTILLA	Reestructuración de cartilla y creación de brochure.

(Autor)

4. OBJETIVOS BUSCADOS POR EL PRACTICANTE

Inferir en el aporte de material informativo de las diferentes proyectos y actividades, ayudando a el reconocimiento en redes de la fundación, durante la ejecución de las 200 horas que se llevara a cabo en la presentación de las propuestas.

4.1 . OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar piezas publicitarias para dar a conocer las diferentes labores sociales de la empresa.
- Restructurar de la página web de la empresa, donde se verá reflejado las diferentes labores al transcurso del tiempo en su labor social.

4.2 . METAS

- Realizar las prácticas en dos meses.
- Implementar un plan de mejora en el área de medios en la empresa.
- Realizar mejoramiento visual/contenido de la página web en un mes.
- Dar a conocer las diferentes labores sociales en las diferentes plataformas sociales durante la realización de los dos meses de prácticas.

5. DIAGNOSTICO Y PROBLEMÁTICA DETECTADAS EN LA EMPRESA EN LA FUNDACION TEJIENDO FUTURO CON LA RESPONSABILIDAD ES POSIBLE AL INICIO DE LA PRACTICA.

En el área de medios en el cual me encuentro desarrollando mis practicas se detecto las siguientes debilidades, al principio de la práctica, la problemática reflejada fue que no había alguien enfocado en la parte de mercadeo y publicidad, no le prestan mucha atención a la parte visual de la fundación hacia el exterior de la empresa, fue algo complicado que me proporcionaran la evidencia fotográfica de los diferentes proyectos que ya están finalizados, no tanto por confidencialidad, si no más que todo por disponibilidad del jefe inmediato, la información de las redes estaba desactualizada, solo cuenta con página web, no cuenta ni con Facebook, twitter ni Instagram, no tienen a nadie a cargo de actualizar la página desde el 2019 no se actualiza la información subida. Es de importancia subir las evidencias de los proyectos realizados como los proyectos que están en proceso, ejemplo subir piezas informando como ha sido el proceso de entregas de las viviendas de interés social, también como se llevan a cabo las capacitaciones tanto a los profesionales que envían a las diferentes partes de Colombia y como capacitan a las personas de esos sectores entre otras actividades que realiza la fundación.

6. CRONOGRAMA ACTIVIDADES REALIZADAS

Tabla 2 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES REALIZADAS.

Actividades	Marzo				Abril		Total Horas
	Semana 1 36 h	Semana 2 36h	Semana 3 36h	Semana 4 36h	Semana 1 36h	Semana 2 24h	200
Primer día presentación	x						
Diagnóstico y las problemáticas detectadas al iniciar la practica	x						
Revisión de redes y paginas actualizando la información	x						
Creación y Publicación de piezas ilustrando sobre los proyectos realizados			x	x	x	x	
Creación de Brochure		x					
Actualización y edición página web			x	x			
Creación de piezas informativas				x	x		
Creación de video informativo, mostrando la labor de la fundación		x			x		
Plan de mejoramiento					x		
Diagnóstico de resultados						x	

(Autor)

6.1 PORCENTAJE DE IMPLEMENTACIÓN DEL PLAN DE PRÁCTICAS PRESENTADO AL INICIO DE LA PRÁCTICA LABORAL, A LA FECHA DEL INFORME.

Dentro de las practicas desarrolladas en la empresa fundación tejiendo futuro en el área de medios se realizaron las siguientes actividades cumpliendo con la primera parte de la entrega del informe de prácticas. El cronograma está dividido en las semanas que se está llevando a cabo las prácticas, es decir habiendo iniciado mis prácticas laborales el día 1 de marzo, me encuentro en la semana dos de mi cronograma, el cual al momento de la entrega se ha cumplido con 4 actividades de 10 establecidas, es decir un 40% de la ejecución del total de las actividades establecidas por la organización.

7. ESTRUCTURA DEL DIAGNOSTICO

A continuación, se da a conocer el análisis mediante la matriz DOFA, reiterando que es una organización sin ánimo de lucro, donde no tienen retorno de la inversión. Aunque es una organización sin fines de lucro se utiliza el análisis DOFA para desarrollar la estrategia en cuanto a publicidad y mercadeo.

Tabla 3 DOFA

<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - No realizan manejo de las plataformas digitales y redes sociales. (no tenían creadas) - No cuentan con un profesional que se enfoque en el área de medios. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Tienen buenas relaciones personales externas a la empresa. - Posibilidad de crear nuevas alianzas con entidades públicas/privadas. - Expandirse nacionalmente e internacionalmente.
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - La fundación posee alianzas con el estado y constructora - Cuenta con un Equipo de profesionales capacitados, en diferentes partes del territorio nacional. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Bajo reconocimiento en el área - Alta competencia en el área de fundación. - Cualquier problema mal manejado puede dañar la imagen de la fundación.

(Autor)

8. PLAN DE MEJORAMIENTO

En la siguiente tabla se detallaron las debilidades y oportunidades que fueron detectadas al principio y a lo largo de la ejecución de las prácticas empresariales, desglosando en cada casilla como se podrían y como se desarrollaron las actividades en los 2 meses (200 horas). Encontrando en algunas ejecuciones del 100%, pero también actividades que se propusieron, pero no se pudieron llevar a cabo.

Tabla 4 PLAN DE MEJORAMIENTO

DEBILIDAD	ESTRATEGIA / ACCIÓN DE MEJORA	OBJETIVO	% PERSONALIZACIÓN	ACTIVIDAD	% ACTIVIDAD	INDICADOR DE LA ACTIVIDAD	LINEA BASE	META	PRESUPUESTO PROYECTO	RESPONSABLE	FECHA DE INICIO	FECHA DE TERMINACIÓN	RECURSOS	PORCENTAJE DE EJECUCIÓN	RESULTADOS
No cuentan con redes sociales	Crear redes sociales para la organización, para ayudar a la visibilidad y reconocimiento de la misma	Ejecutar la creación de las redes	20%	Creación red social Facebook, Instagram y Twitter	100%	Verificar el desarrollo y cumplimiento de dicha actividad	La organización no cuenta con ninguna red social creada	Tener las 3 redes sociales creadas	\$ 9085.26	Viviana Herrera	10/03/2021	10/03/2021	Personal - recurso tecnológico	100%	Se realizó la creación de las 3 redes sociales
Pag web desactualizada desde el 2019	Actualizar la información y hacerle mejoras al diseño de la misma	Actualizar información y mejorar visualmente la página web	15%	Alimentar la página web con imágenes y videos actuales de los proyectos y actividades realizados hasta el momento de la fundación	50%	Validación de que se haya llevado a cabo las dos mejoras propuestas	La información de la pag web esta desactualizada.	Mostrar los diferentes proyectos ejecutados (imágenes, videos, documentos) para crear más confiabilidad	\$ 27,255.78	Viviana Herrera	15/03/2021	16/03/2021	Personal - recurso tecnológico - recurso técnico - recurso informativo de imágenes, videos y documentos	0%	Se propuso el mejoramiento, pero por temas de olvido de claves por parte administrativa no se pudo desarrollar
				Rediseñar la página (colores, botones, ventanas) para que visualmente sea más llamativa	50%		Visualmente no es llamativa, es muy básica, pero cuentan con dominio	Hacerla visualmente más atractiva y moderna	\$ 54,511.56					16/03/2021	
Oportunidad, diseñar piezas publicitarias	Diseñar piezas publicitarias, mostrando los diferentes proyectos y actividades que ha realizado la organización	Dar a conocer como la organización ha ayudado a las personas, por medio de piezas publicitarias	20%	Diseñar piezas publicitaria de las visitas hechas por los profesionales a las diferentes regiones del territorio nacional	30%	número de seguidores/número de piezas subidas	Como no contaban con redes sociales, se encontraban en ceros con publicidad para la organización	Diseñar 15 piezas publicitarias, para generar conocimiento de las actividades desarrolladas por la organización	\$ 90,852.6	Viviana Herrera	15/03/2021	9/04/2021	Personal - Recurso tecnológico - Recurso programas de edición - Recurso informativo de imágenes, videos e información sobre la organización	85%	Se han realizado 11 piezas gráficas y 1 video
				Diseñar piezas publicitarias dando a conocer las funciones que desarrolla la organización	40%										

				Diseñar piezas publicitarias dando a conocer el estado en que se encuentran las viviendas y como viven los beneficiarios al proyecto de vivienda nueva o mejora	30%										
Falta de recurso humano para el área de publicidad para el desarrollo de piezas publicitarias	Contratar profesional en el área de publicidad para el buen manejo de los recursos tecnológicos sociales	Proponer contratación de profesional en publicidad con conocimiento de los programas de diseño	10%	Se propone Convocatoria de profesionales para el área de publicidad con enfoque en manejo de medios y diseño de publicidad	100%	reclutamiento de personal enfocado en medios	No cuentan con una persona enfocada en esa área	Estar alimentando las diferentes redes sociales y plataformas	\$ 908.526,00	Jefe inmediato	no definido	no definido	Personal - Recurso tecnológico - Recurso programas de edición - hojas de vida profesionales en mercadeo y publicidad con bases en diseño	0%	
Oportunidad, Creación de brochure, plegables y presentaciones para la organización	Diseñar brochure, pagables y presentaciones informativo dando a conocer las diferentes labores y beneficios a la comunidad	Proponer la creación de un brochure para la organización	20%	Creación y diseño de brochure para ser impreso	20%	Verificación de valides por parte del jefe inmediato	No cuentan con brochure	Mano de obra creación de un brochure para ser impreso = 500 unidades Impreso =	\$81,767.34 \$450.000	Viviana Herrera	8/03/2021	10/03/2021	Personal - recurso tecnológico - recurso programa de edición - investigar información	50%	Se creó el brochure, y la maqueta de cómo se visualizaría impreso, pero no fue impreso
				Cartilla mejorada en el diseño sobre la información la organización	10%		Visualmente no es llamativa	1 Documento pdf digital de cartilla con diseño mejorado	\$27,255.78		26/03/2021	26/03/2021	Personal - recurso tecnológico - recurso programa de edición - documento portafolio tejendo futuro	100%	Se mejoró en la parte de diseño visual
				Creación de plegable informativo sobre el manejo de aguas para los beneficiarios de viviendas	20%			1 plegable digital en pdf	\$54,511,56		24/03/2021	25/03/2021	Personal - recurso tecnológico - recurso programa de edición - investigar información	100%	Se creó el plegable tríptico digital sobre el manejo de aguas
				Creación de plegable informativo para ser impreso sobre el manejo de aguas para los beneficiarios de viviendas	10%			Plegable impreso x 1000 unidades	\$ 350.000					0%	Se creó el plegable y la maqueta de cómo se visualizaría impreso, pero no fue impreso
				Creación de presentaciones visuales sobre el cuidado de las viviendas nuevas a los beneficiarios	20%			1 presentación plasmada en programa de edición y presentada en power point	\$109,023.12		15/03/2021	18/03/2021	Personal - recurso tecnológico - recurso programa de edición - documento manual del propietario	100%	Con el documento que entrego el jefe inmediato se organizó, sintetizo y diseño la presentación digital, quien luego ellos envían a los profesionales para la capacitación de los beneficiarios

				Creación de presentaciones visuales sobre el cuidado dentro de la vivienda para los beneficiarios	20 %			1 presentación plasmada en programa de edición y presentada en power point	\$54,511,56		16/03/2021	17/03/2021	Personal - recurso tecnológico - recurso programa de edición - investigar información	100%	Se investigó y se creó presentación virtual sobre el cuidado dentro de las viviendas que los profesionales le hacen entrega a los beneficiarios
Oportunidad, Creación de video mostrando como es el proceso desde cero de los beneficiarios	Grabar y Diseñar video donde se refleje las dificultades que tienen que pasar los profesionales para hacer las visitas o entregas de las viviendas a los beneficiarios.	Proponer video donde se refleje el proceso y acompañamiento que hace la fundación	15%	Pedirles a los profesionales de campo que graben el proceso desde que hacen la visita hasta la entrega de la vivienda o mejora de ella	70 %	Recopilación de los videos por medio del jefe inmediato	No tienen videos publicados de seguimiento a los proyectos entregados y actividades realizadas	1 video mostrando la realidad y el proceso de las visitas y entregas de las viviendas a los beneficiarios	\$ 100.000,00	Profesionales en campo	8/03/2021	5/04/2021	Profesionales con recurso tecnológico - Personal editor - Recurso tecnológico con programas de edición	0%	Se propuso la grabación de video, pero por temas exteriores de la organización no fue posible
				Organizar los videos , editándolos	15 %	Reproducciones del video en las diferentes redes/ interacción con el video en las redes = impacto que se logra con el video									
				subirlos a las diferentes redes sociales y pagina web	15 %										
			100 %												

(Autor)

9. PRODUCTOS COMO RESULTADO DE LOS APORTES QUE EL PRACTICANTE HAYA REALIZADO PARCIALMENTE EN EL MEJORAMIENTO DE LOS PROCESOS DE ACUERDO A LA EMPRESA

Se han entregado los informes a tal fecha de acuerdo al cronograma de actividades y las actividades establecidas de la organización. A continuación, se presentarán las piezas con las actividades realizadas, se adjuntó al documento informe anexos de las piezas, videos y materiales diseñados para la organización.

9.1 PIEZAS PARA SUBIR A REDES SOCIALES

Piezas dando a conocer las diferentes actividades que realiza la organización. Aparte se Anexo al correo, los documentos donde se encontrarán el resto de las piezas publicitarias subidas y materiales diseñados para la organización, con los nombres de:

Anexo 1_piezas publicitarias

Anexo 2_folleto manejo de aguas

Anexo 3_INFORME DE GESTION 2020 t.f

Anexo 4_manejo de aguas

Anexo 5_Manual del propietario

Ilustración 1 PIEZAS PARA SUBIR A REDES SOCIALES



(Autor)

9.2 MOCKUPS DE BROCHURE Y PLEGABLE

Se creó el diseño del brochure y plegable, y se plasmó en un mockups trata de diseños a escala real que aportan ese toque que hace que las ideas se vuelvan tangibles, dándole a la organización una visualización de cómo se observaría el brochure y plegable ya impreso.

Ilustración 2 BROCHURE TRIPTICO



(Autor)

Ilustración 3 BROCHURE DIPTICO



(Autor)

Ilustración 4 PLEGABLE TRIPTICO



(Autor)

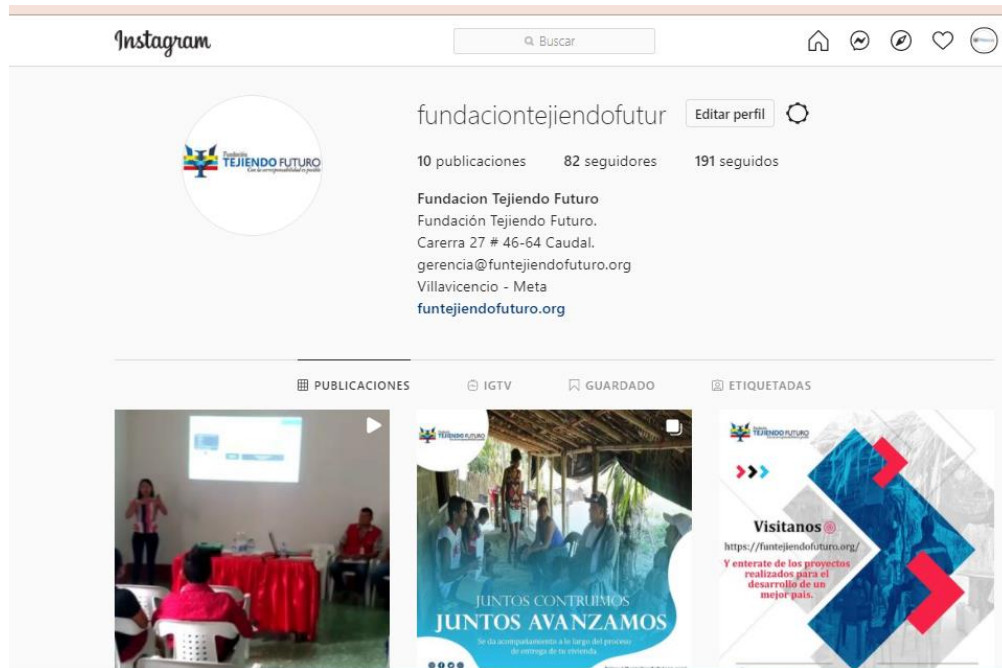
9.3 REDES SOCIALES CREADAS

Ilustración 5 RED SOCIAL FACEBOOK



(Autor)

Ilustración 6 RED SCIAL INSTAGRAM



(Autor)

Ilustración 7 RED SOCIAL TWITTER



(Autor)

10. PORCENTAJE DE IMPLEMENTACION DEL PLAN DE PRACTICA LABORAL, A LA FECHA DEL INFORME

De acuerdo al reglamento estudiantil del antiguo pensul académico de la facultad de mercadeo y publicidad se debe cumplir con 200 horas de práctica, a la fecha se lleva una ejecución en horas de práctica la totalidad de 200 horas, es decir el 100% de las horas requeridas. Falto por realizar la actualización y edición de la página web, se propuso y fue aceptado ya que ellos cuentan con el dominio, pero se me informa que no recordaban la clave para el ingreso y se les acordaba para que hablaran con el ingeniero de sistemas, pero no prestaban mucha importancia a ello. Se propuso hacer un video donde se reflejará las dificultades y el recorrido que hacen los profesionales cuando hacen las visitas, capacitaciones y entregas de las viviendas mejoradas/nuevas, aceptaron la propuesta, pero me fue informado que por cuestiones del cronograma que ellos tenían, había dificultades en cuanto a territorio por la guerrilla, para cuidar la seguridad de los profesionales fueron pospuestas las capacitaciones.

11. NORMATIVIDAD DE ENTIDADES SIN ANIMO DE LUCRO

Ley 962 de 2005. Dicta disposiciones sobre racionalización de trámites y procedimientos administrativos de los organismos y entidades del Estado y de los particulares que ejercen funciones públicas o prestan servicios públicos.

Ley 850 de 2003. Veedurías ciudadanas.

Ley 675 de 2001. Expide el régimen de propiedad horizontal.

Ley 181 de 1995. Dicta disposiciones para el fomento del deporte, la recreación, el aprovechamiento del tiempo libre y la educación física y crea el Sistema Nacional del Deporte.

Ley 133 de 1994. Desarrolla el derecho de libertad religiosa y de cultos, reconocido en el artículo 19 de la Constitución Política.

Ley 44 de 1993. Modifica y adiciona la Ley 23 de 1982 y modifica la Ley 29 de 1994.

Decreto 663 de 1993, Por medio del cual se actualiza el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero y se modifica su titulación y numeración

Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo (Ley 1437 de 2011)

Decreto 1069 de 2015, por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Justicia y del Derecho.

Decreto 780 de 2016, por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Salud y Protección Social.

Estatuto Tributario de los Impuestos Administrados por la Dirección General de Impuestos Nacionales.

Decreto 1077 de 2015, por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Vivienda, Ciudad y Territorio.

Decreto 1072 de 2015, por medio del cual se expide el Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo.

CONCLUSION

En relación a lo antes expuesto, los conocimientos y aportes adquiridos durante mi carrera me permitieron desempeñar la práctica II en mi área, mercadeo y publicidad, más enfocada en la publicidad. Se hicieron varios aportes a la empresa, como lo fueron las piezas y videos, como también propuestas, se quiso realizar campaña de concientización sobre como es el proceso de los profesionales en las diferentes actividades y obras sociales que realizan, pero por factores de disponibilidad de las personas no fue posible. Fue muy enriquecedora la experiencia de realizar mis prácticas en una entidad sin ánimo de lucro, el equipo de trabajo es muy amable, aunque no se le presta la suficiente atención e importancia al área de medios.

Los espacios que la universidad le da al estudiante como lo son las prácticas empresariales, le permite al estudiante medir los conocimientos adquiridos a lo largo de la carrera y ver de manera real a lo que pronto se enfrentará en el mundo laboral. Con lo desarrollado, te enseña y te hace ver que haces lo que te gusta y exigirte a ti mismo como persona y futuro profesional a progresar y perfeccionar. El mercadeo y la publicidad impacta el mundo en todo, la práctica nos hace ser autocríticos de uno mismo para mejorar.