

**DESARROLLO DE MEDIOS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA AMERICAS COMMUNITY CENTER -
WESTON, FLORIDA**

DIEGO MAURICIO GARCÉS RESTREPO

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN
PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
DEPARTAMENTO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES
PEREIRA
2012**

**DESARROLLO DE MEDIOS Y ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN
ORGANIZACIONAL EN LA EMPRESA AMERICAS COMMUNITY CENTER -
WESTON, FLORIDA**

DIEGO MAURICIO GARCÉS RESTREPO

INFORME DE PRÁCTICA ACADÉMICA

TUTORA:

CLAUDIA LORENA BETANCOURT CANO

COMUNICADORA SOCIAL – PERIODISTA

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE PEREIRA

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

PROGRAMA DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

DEPARTAMENTO DE PRÁCTICAS PROFESIONALES

PEREIRA

2012

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCION	9
1. PRESENTACION DE AMERICAS COMMUNITY CENTER.....	10
1.1 Análisis del Microambiente	10
1.1.2 Plataforma Estratégica.....	11
1.1.3 Programas y servicios.....	12
1.2 Análisis del macroambiente	14
1.2.1 Una mirada al fenómeno migratorio.....	14
1.2.2 Contexto Geográfico.....	15
2. PAPEL DEL COMUNICADOR.....	17
3. IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES.....	20
4. EJES DE INTERVENCION	22
5. JUSTIFICACION DE LOS EJES DE INTERVENCION	23
6. OBJETIVO GENERAL	25
6.1 Objetivos específicos.....	25
7. MARCO TEORICO.....	26
7.1 Comunicación organizacional.....	26
7.2 Cultura Organizacional	26
7.3 Plan de comunicaciones	28
7.4 Canales de comunicaciones.....	29
7.5 Boletín institucional	30
7.6 La tecnología en las organizaciones.....	31
7.7 Identidad corporativa.....	32
7.8 Posicionamiento	33

8. CRONOGRAMA.....	34
9. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS	36
9.1 Plan de comunicaciones	36
9.2 Dinámicas del proceso de práctica	37
9.2.1 Redes sociales.....	37
9.2.2 Boletín Institucional	39
9.2.3 Visitas a medios de comunicación.....	42
9.3 Presupuesto.....	43
9.4 Conclusiones	46
9.5 Recomendaciones.....	48
BIBLIOGRAFIA	50
APENDICES.....	51

DEDICATORIA

Este informe de práctica está dedicado primero que todo a Dios que me permitió tener vida y salud para culminar esta etapa.

A los tres pilares de mi vida, mi madre Martha Restrepo, mi padre Diego Garcés y mi hermana Catalina Garcés, que me animaron a tomar este reto de vivir en Miami y me dieron fortaleza para permanecer en él.

A toda la familia de Americas Community Center, que con su cariño me hicieron sentir como en casa.

Gracias infinitas.

AGRADECIMIENTOS

Nuevamente a Dios y a las 3 personas que son fundamentales en mi vida, mis padres Martha y Diego y mi hermana Catalina.

Agradezco también a mi tutora Claudia por sus consejos que hicieron de este trabajo un éxito y por su paciencia que facilitó el proceso a distancia.

A mi Jefe Fabio A. Andrade por su apoyo y enseñanza, además a mis compañeras de trabajo y amigas Ana Lucia Pérez y Andrea Rojas, por ser personas llenas de cariño que me enseñaron la parte humana de mi trabajo.

A todos los voluntarios de Americas, que me acogieron en esta gran familia y me llenaron de consejos para mi vida personal y profesional.

Que Dios les multiplique lo que me desean, mil y mil gracias.

SÍNTESIS

SÍNTESIS	ABSTRACT
<p>Por pedido expreso del presidente de Americas Community Center, Fabio A. Andrade se plantearon 3 ejes de intervención: actualización de redes sociales, creación de boletín institucional y visitas a medios de comunicación.</p> <p>Para el cumplimiento de esto el estudiante creo el boletín institucional Americas Contigo, en donde escribía algunos artículos y recolectaba toda la información de los otros escritores. Además del boletín, el practicante actualizó las redes sociales de la organización específicamente Facebook y también realizó visitas a dos medios de comunicación uno colombiano y otro norteamericano.</p>	<p>By Express request of the President of Americas Community Center, Fabio A. Andrade raised three areas of intervention: update social networks, creating institutional newsletter and visiting media.</p> <p>To this the student created the institutional newsletter Contigo Americas, where he wrote some articles and all information collected from other writers. In addition to the newsletter, the practitioner updated the organization's social networks and Facebook specifically made visits to two media one Colombian and one American.</p>

PALABRAS CLAVE

Migración, inmigrantes, Desayunos, conferencias, comunidad, redes sociales, Boletín institucional, medios de comunicación, públicos objetivos, fans, Sur de la Florida.

KEYWORDS

Migration, immigrants, breakfast, conferences, community, social networks, newsletter, media, stake holders, fans, South Florida.

INTRODUCCIÓN

Dejar huella en cada institución en la que se trabaje, es uno de los logros que se pretende con este trabajo de práctica, el cual está creado a su vez para enseñar al estudiante las dinámicas laborales reales, que le permiten poner a prueba los conocimientos adquiridos en la universidad y sus capacidades profesionales. Esta práctica está llena de vivencias y experiencias que son el último trayecto donde el estudiante pasa a ser practicante y posteriormente se convierte en profesional.

Para mostrar el alcance que obtuvo con la práctica, el pasante realiza un informe, que tiene tres pasos esenciales, el primero es el consenso de los ejes de intervención con el jefe de la organización, que en este caso fueron las redes sociales, el boletín institucional y las visitas a medios; el segundo es el planteamiento de estrategias para ejecutar estos ejes y por último se encuentra las conclusiones que salen de analizar los logros obtenidos en las dos anteriores.

Estos ejes de intervención fueron propuestos para suplir algunas debilidades de la empresa, con las redes sociales se logró difundir los logros obtenidos y divulgar los eventos de la organización; la creación del boletín le permitió por fin a la organización contar con un medio de comunicación propio, que integró a todos los públicos objetivos de la empresa y con las visitas se buscó comprometer a los medios de comunicación con la expansión de Americas Community Center.

Con las estrategias que ayudaron a ejecutar estos ejes, se logró posicionar a Americas en el sur de la Florida, no sólo como una institución que ayuda a los inmigrantes sino también como la institución hecha para impulsar y educar los empresarios de la región.

1. PRESENTACION DE AMERICAS COMMUNITY CENTER

1.1 Análisis del Microambiente

Americas Community Center es una organización sin ánimo de lucro, que lleva más de una década ayudando a los inmigrantes latinos del sur de la Florida. Para mejorar sus servicios, el pasante hará un plan de comunicaciones, el cual estará expuesto en este documento. La información fue adquirida utilizando una observación participante, realizando entrevistas, matriz DOFA y revisando la página web de la organización.

Reseña histórica

En 1995 en el Sur de la Florida, ante la inminente necesidad de las diversas comunidades hispanas de tener un medio que las represente ante los diferentes organismos estatales y privados de los Estados Unidos, un grupo de líderes comunitarios decide crear CAPAC con el fin de que este sea el medio a través del cual dicha comunidad, haga valer sus derechos y logre la atención necesaria para la satisfacción de sus múltiples necesidades. En el año 2001 nace The Americas Community Center Inc, para brindar atención a las comunidades hispanas, mediante programas y servicios que buscan mejorar su calidad de vida en diversos aspectos.

Hace 10 años se fundó el Centro Comunitario de las Américas, con el propósito de suministrar orientación, entretenimiento y servicios de consultoría a la comunidad de inmigrantes, en temas claves tales como negocios, empleo, inmigración y hasta asuntos culturales, en un esfuerzo por facilitar la adaptación de los recién llegados a la sociedad norteamericana.

Aunque inicialmente estuvieron orientados hacia el apoyo y guía de los inmigrantes hispano parlantes, tanto los eventos para fortalecer la red de negocios como diferentes programas

patrocinados por el centro, han sido ofrecidos a todo el público, independientemente de su nacionalidad, raza, credo, afiliación política o condición social o económica.

hoy en día, después de una década de servicio a la comunidad por medio de centenares de encuentros, talleres y seminarios diseñados para facilitar a los profesionales hispanos el conocimiento de las condiciones del mercado local para que así puedan aplicar sus habilidades en los campos de su especialidad y generar fuentes estables de ingreso; llevamos alrededor de 10 años madrugando los miércoles y jueves para que profesionales y propietarios de pequeños negocios presenten a la comunidad sus productos y servicios, generando así fuertes relaciones corporativas que ayuden a fortalecer sus negocios. Después de una década de trabajar sin descanso para ayudar a miles de personas a alcanzar sus metas, Americas se siente orgulloso de los resultados alcanzados y renueva su compromiso de continuar trabajando con el ahincó de siempre, para ayudar a construir mejores condiciones sociales y económicas en la comunidad.

1.1.2 Plataforma Estratégica

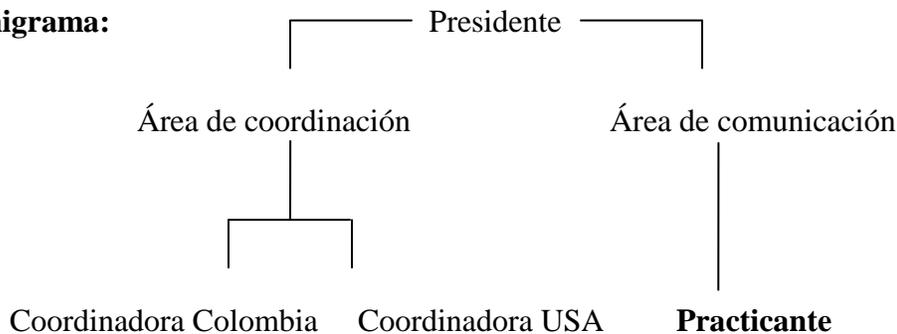
Misión: Orientar y apoyar a los inmigrantes hispanos para facilitar su ubicación, adaptación y desarrollo, contribuyendo a mejorar su calidad de vida.

Visión: nos hemos convertido en una organización líder, eficiente y solida en el desarrollo económico de la comunidad en el sur de la Florida, gracias a la unión de aporte, trabajo y compromiso de los mismos inmigrantes.

Valores: Se presta el servicio sin discriminación alguna de raza, credo, estatus migratorio, condiciones económicas, políticas y sociales.

Se brinda un servicio profesional, transparente en el manejo de los recursos y la prestación de los servicios.

Organigrama:



La organización cuenta con 4 empleados vinculados de manera directa, el presidente Fabio A. Andrade, la coordinadora de Colombia Andrea Rojas, la coordinadora de Estados Unidos Ana Lucia Pérez y el pasante encargado del área de comunicación Diego Mauricio Garcés. Además de estos empleados, Americas cuenta con una base de datos con aproximadamente 20 voluntarios, que ayudan a la organización en sus diferentes eventos, en la parte de logística.

1.1.3 Programas y servicios

Americas Community Center en su afán de cumplir sus objetivos, para ayudar a los inmigrantes en general y particularmente a los latinos, ofrece tres programas bandera, que tienen como fin "brindar un apoyo integral a los nuevas personas o familias que buscan el sueño americano y optaron por llegar al sur de la Florida, ayudándoles a su adaptación y orientándolos en diferentes aéreas", según Fabio Andrade, presidente de la organización de las Americas.

Uno de los programas esta directamente dirigido a las familias, educándolas por medio de charlas y conferencias, dictadas por profesionales tanto latinos como Norteamericanos, entre los que se encuentran psicólogos, economistas, trabajadores sociales, médicos, entre otros. Charlas,

con temas actuales y reales, del entorno en el cual se deben desenvolver estas familias recién llegadas.

Otro de los programas bandera, está enfocado a los empresarios que cuentan o quieren crear una pequeña o mediana empresa, quienes tienen la oportunidad de ofrecer sus productos o servicios, además de conocer y generar tanto clientes como socios, en los desayunos de trabajo que se llevan a cabo los miércoles y jueves desde hace aproximadamente 10 años, "Llevo 7 años asistiendo regularmente tanto a Weston como a Doral y desde hace varios años un número muy importante de clientes de mi negocio viene no solo de los asistentes a estos desayunos sino de sus referidos. Definitivamente asistir de manera consistente hace la diferencia entre que te funcionen o no.", testimonio de Oscar Henao, comerciante de origen colombiano, que muestra la efectividad de este servicio brindado por Americas.

El programa más reciente implementado por Americas, es la consulta inicial de abogados, en la cual se brinda el servicio de asesorías legales tanto a individuos, familias o empresarios, en áreas de la ley como ejecuciones hipotecarias, litigios comerciales, transacciones comerciales, derecho de familia, daños personales, inmigración. Estas asesorías son brindadas por un grupo de abogados, quienes brindan una consulta gratuita, personal y confidencial. "Decidimos hacer este probono, o sea esta consulta gratis a través de Americas Community Center, porque esta organización tiene un poder de convocatoria y aceptación enorme, que nos ayuda a nosotros a ofrecer nuestros servicios, pero además lo más importante es que nos interesa asociarnos con una organización que trabaje en beneficio de la comunidad, que es a la que le queremos llegar con

todos estos programas”, explica José Mauricio Bello, abogado de origen Venezolano, que hace parte de este nuevo servicio de Americas.

Estos programas institucionales, han contado con muy buena aceptación, convirtiendo a Americas en una empresa con gran reputación y credibilidad, por parte de sus clientes, que se han convertido en su principal publico objetivo, pues según lo explica Fabio A. Andrade, "Estos inmigrantes, necesitan de nuestros servicios, pues nuestro acompañamiento es vital para que se adapten a su nueva vida, y a su vez como en toda empresa ellos son vitales para que nosotros existamos como organización, por lo tanto mantener esta relación es uno de nuestros principales objetivos".

1.2 Análisis del macroambiente

1.2.1 Una mirada al fenómeno migratorio

Estados Unidos se ha convertido desde hace muchos años en el destino más deseado de los inmigrantes colombianos en el exterior, por tanto ha sido el país que más ha aportado a acrecentar lo que se conoce como fenómeno migratorio, del cual se tiene datos concretos a partir de la década de los 70. A principios de esta década se realizó el primer censo de los Estados Unidos que incluía información sobre colombianos en este país, arrojando como resultado una cifra aproximada de 63.538 colombianos registrados oficialmente.

“A finales de los 70 se calculaba entre 250.000 y 350.000 la población colombiana en los Estados Unidos (Cardona et al, 1980), en su momento la segunda corriente más importante

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center después de Venezuela” (Díaz, Reflexiones en torno a la Investigación Sociodemográfica sobre la Población Colombiana en los Estados Unidos, 2006).

Con el tiempo este fenómeno se fue aumentando, gracias a otros factores como la violencia y los desplazamientos en Colombia de finales del siglo pasado y los problemas económicos que simultáneamente se presentaban en el país. Un estudio de la cancillería colombiana para el año 2002, demuestra el incremento acelerado de este fenómeno, pues para ese año se calcula que había un total de 2.135.300 de colombianos en Estados Unidos, lo que equivaldría al 47% del total de la población migrante colombiana.

Un estudio más reciente realizado por el DANE en el 2005, llamado “Estudio sobre Migración Internacional y remesas en Colombia”, habla de una cifra aproximada de 5 millones de emigrantes Colombianos en el mundo, que equivale a un 8 % de la población colombiana, cifra que supera toda proyección estadística para la época.

1.2.2 Contexto Geográfico

El sur de la Florida, es una de los lugares más escogidos por los inmigrantes colombianos y latinos en general, por tanto la ubicación geográfica de Americas Community Center, es de gran importancia, pues se encuentra en un lugar donde su público objetivo (los inmigrantes) aumentan vertiginosamente con el pasar de los años, lo que representa una oportunidad muy grande para que la organización crezca, tanto en alcance como en ingresos.

La aceptación por parte de los inmigrantes se facilita, porque estas personas al estar fuera de su país de origen, reciben más fácil cualquier ayuda, información y servicio que venga de personas de su tierra. Por ende, la organización se ve beneficiada pues los servicios que brinda

son utilizados constantemente, con un buen nivel de satisfacción, pues los usuarios entienden que estos programas de Americas tienen un enfoque sociocultural, que busca ayudarlos a adaptarse a su nueva vida en otro país, con diferentes culturas y costumbres.

Con el vertiginoso aumento de los inmigrantes al sur de la Florida, se genera una oportunidad que puede aprovechar Americas para crecer económicamente, pues entre más se incremente la cifra de inmigrantes, más crece el número de clientes potenciales de la empresa, pero esto a su vez es un reto, que obliga a la organización a mejorar sus servicios y ampliar su cobertura, para crecer tanto organizacional como económicamente y así satisfacer las expectativas de sus usuarios.

Cabe aclarar que en la actualidad, la organización aunque continua teniendo como principal público objetivo a los inmigrantes, para acrecentar su alcance, incluyó desde hace pocos años en sus eventos a norteamericanos que también requieran de apoyo para hacerse conocer y comenzar así una vida profesional.

2. PAPEL DEL COMUNICADOR

El rol del comunicador social-periodista, que se enfoca en las empresas como comunicador organizacional, es ser mediador entre la corporación y la sociedad, formando un vinculo de tal manera que se beneficien ambas, pues su objetivo es que la sociedad conozca y utilice los servicios o productos de la organización, pero de igual forma buscar que lo brindado por esta organización favorezca su entorno.

Para lograr lo anterior el comunicador debe realizar una dirección estratégica, entendiendo que “El éxito de la dirección estratégica radica en la capacidad de adaptarse al medio y lograr resultados mejores y más estables que la competencia” (educación continua On-line para profesionales, dirección estratégica, 2006), en otras palabras es hacer la diferencia, creando nuevas estrategias y tácticas, que vayan acorde a las políticas de la empresa y dirigidas a los *StakeHolders* (públicos objetivos).

El comunicador organizacional se puede mover en 3 niveles que están muy ligados con una buena dirección estratégica: El primero es la planificación estratégica, que consiste en definir la filosofía y las políticas de la empresa (misión, visión, valores). Otro de los niveles es la planificación táctica, donde se fijan las diferentes tareas y objetivos para cada área o departamento y se evalúa el cumplimiento de estas metas; por último está la planificación operativa, que consiste en la aplicación de las dos anteriores, pues aquí el comunicador debe preocuparse por saber cómo utilizar todos los recursos disponibles de la empresa, optimizarlos en la práctica y asegurar la entrega del producto o servicio de manera eficaz.

Por otro lado, el comunicador social al ser también un periodista, debe saber cómo utilizar los medios de comunicación a su favor, para posicionar a su empresa. Aunque su rol tenga como

objetivo el posicionamiento de una marca, empresa o servicio, el comunicador debe ser primero social, pensar en el bien colectivo antes del bien personal o de su empresa, abandonar cualquier acto nocivo para él y los demás, en síntesis no pensar solo en los resultados.

En cuanto a mi rol como comunicador social- periodista en Americas Community Center, valiéndome de la aceptación y reconocimiento de la organización por parte de la comunidad latina en la Florida, debo potencializar su alcance por medio de las redes sociales, que se convierten en un aliado para el posicionamiento de cualquier empresa. Mi labor en este punto, es crear estrategias y tácticas para generar más seguidores tanto en Twitter como en Facebook, pues para Fabio A. Andrade, “Esta es nuestra mayor debilidad, porque nosotros no informamos lo que hacemos y los logros que obtenemos por estas redes sociales”, por lo tanto la empresa está perdiendo una excelente oportunidad de llegarle de manera más directa a los usuarios, allí es donde debo actuar y convertir esta debilidad en fortaleza.

Otra labor que debo cumplir en Americas, es visitar los diferentes medios de comunicación latinos en el sur de la florida, para conocer el ambiente en el que estos medios se desenvuelven, pues como periodista debo saber e informarme que está pasando en nuestro entorno, pero además estas visitas se hacen con otra intención, y es la de entablar relaciones directas con estos medios para que no solo publiquen información sino que a su vez hagan parte activa de nuestros eventos.

Por último, debo crear el boletín mensual de Americas Community Center, pensando en que secciones debe tener, a que fuentes debo consultar y entrevistar, cuál va ser su contenido y su público objetivo, esto es una labor más táctica, porque debo idearme el Boletín iniciando desde cero, pero también es operativa, porque necesito encontrar la manera de que sea auto sostenible y eficaz, en cuanto a la planificación estratégica, no debo cumplir ninguna labor porque la persona

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

encargada de que todo lo que haga Americas sea acorde a la misión, visión y valores de la empresa es su presidente, por tanto mi trabajo en la organización es como dije anteriormente táctico y operativo en cuanto a la comunicación organizacional, pero también es periodístico, al momento de relacionarme con los medios y de difundir la información relacionada con la empresa.

3. IDENTIFICACION DE LAS NECESIDADES

Por medio de una observación directa al funcionamiento, los procesos y los proyectos tanto a corto como a largo plazo de Americas Community Center, además de entrevistas y la realización de una matriz DOFA, se identificaron 3 necesidades en la organización, las cuales deben ser analizadas por el practicante para buscar satisfacer las mismas y por ende lograr el mejoramiento de la empresa.

Una de estas necesidades busca el posicionamiento de Americas en un área que como se citó anteriormente, para el presidente Andrade no se ha explorado correctamente, las redes sociales. Otra necesidad está relacionada con el posicionamiento de la empresa pero en los medios de comunicación, para así buscar que la organización difundir todos sus eventos y logros, en diferentes medios de comunicación del Sur de la Florida, como prensa, radio, televisión y páginas web.

La tercera necesidad tiene que ver con crear un medio propio de la organización que permita difundir de manera más directa a los usuarios sobre lo que hace la empresa, los servicios que brinda y los beneficios que la comunidad inmigrante podrá puede obtener.

Matriz DOFA:

Fortalezas	Debilidades
-Una empresa con 10 años de historia.	-La escases de integrantes oficiales en el equipo de trabajo.
-Aceptación y credibilidad.	-La falta de un departamento exclusivo para publicidad, parte vital del sostenimiento de la organización.
-El público objetivo necesita mucho de nuestro servicio	
-Empresa con puertas abiertas para todo el	

<p>mundo, ya no solo para el latino inmigrante sino para cualquier ciudadano del mundo.</p> <p>-Variedad de servicios que se presta, familiar, empresarial, el jurídico y sobre todo el social.</p>	<p>-La empresa no cuenta ni divulga los logros que consigue, poco utilizan las redes sociales para ello.</p>
Oportunidades	Amenazas
<p>-La ubicación de la empresa, que se encuentra en el corazón de la Florida, rodeada de inmigrantes que necesitan ayudas de todo tipo.</p> <p>-El ambiente hostil para los inmigrantes que ofrece Estados Unidos, obliga a los inmigrantes a buscar este tipo de grupos para hacerse conocer como persona natural y persona jurídica.</p> <p>-Al ser una empresa sin ánimo de lucro, las personas ayudan e invierten con confianza, pues saben que los ingresos serán reutilizados en pro de la comunidad.</p>	<p>-Al ver mayoría latina, las personas de otras nacionalidades no se acercan pensando que estos servicios no le serán brindados.</p> <p>-La empresa puede crecer en clientes que requieran ayuda, pero no crecer en clientes que inviertan, lo que generaría un desequilibrio económico.</p>

4. EJES DE INTERVENCION

Después de hacer un diagnóstico del área de intervención y de identificar las necesidades de Americas Community Center, además de un consenso con el presidente Fabio A. Andrade, se definieron las funciones del practicante a la hora estas funciones son:

Para posicionar la organización en las redes sociales, el practicante debe buscar la manera de acrecentar los seguidores en Twitter y los fans en Facebook, para que así mismo crezca el alcance y el conocimiento sobre Americas por parte de los usuarios potenciales.

En busca de posicionar la organización en los medios de comunicación del Sur de la Florida, el practicante realizará visitas a estos medios para entablar relaciones directas con los mismos. Relaciones que les permita conocer un poco más de la organización y comprender que con su colaboración y difusión Americas podrá ayudar cada vez a más inmigrantes a adaptarse a su vida en los Estados Unidos.

Por último, el practicante será el encargado de crear un boletín mensual de Americas Community Center, que será el medio propio de la organización para publicitarse, difundir sus servicios y logros, para ello se debe pensar en el número y el contenido de las secciones que se incluirán, los diferentes públicos a los que se espera llegar y la manera de hacer que este medio sea auto sostenible, para que además de informar genere ingresos a la empresa.

5. JUSTIFICACION DE LOS EJES DE INTERVENCION

Americas ha tenido una limitada difusión de lo que es la organización, lo que brinda y sus logros, de ahí la importancia de abordar esta falencia, buscando que la empresa se abra más a los medios de comunicación, utilice las nuevas tecnologías y a la par con los medios, desarrolle su expansión y su posicionamiento y cree su propio medio con sus propios contenidos.

El posicionamiento de la organización en las redes sociales, se ha explotado con poca frecuencia, pues aunque no se puede negar que se han utilizado estos medios, se requiere de más dedicación y contenidos constantes para mantener actualizada a los usuarios de todas las actividades. Por tanto el buscar maneras de cautivar más clientes es algo novedoso que hace falta en la organización, para sacar provecho de estos espacios en la web, los cuales de explotarse correctamente traerán beneficios a la empresa porque la posiciona y a los inmigrantes porque los informa.

Por su parte el posicionamiento de la organización en los medios, también ha sido explorado por la empresa pero de manera general, publicándose información en los medios amigos, pero no abriéndose a nuevos medios. Lo novedoso en este eje de intervención es la relación directa que se está entablando por medio de las visitas, las cuales permiten que los medios conozcan a los integrantes de la organización y toda la labor que en ella se desarrolla, que sientan la necesidad de publicar información de la empresa para apoyar los fines sociales de la misma. Esta interacción con los medios beneficia a la empresa porque de esta manera se expande, llegando a más personas y de diferentes maneras, por ende la comunidad que requiera de ayuda para adaptarse a su nueva vida se verá beneficiada, porque tendrá más canales para acercarse a las actividades de la empresa.

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

La creación del boletín de Americas, es el eje más innovador ya que será el primer medio escrito de la organización, pues anteriormente esta contó con la divulgación por medio de un programa radial, llamado Americas Contigo; que se acabo aproximadamente hace 5 años, por lo cual se considera novedosa la creación de este boletín, que traerá beneficios en el posicionamiento y los ingresos económicos de Americas y será hecho con secciones dedicadas a diferentes públicos objetivos, como patrocinadores, usuarios, voluntarios, entre otros.

6. OBJETIVO GENERAL

Posicionar la imagen corporativa de Americas Community Center, a través del desarrollo de un plan de comunicación, unos medios y unas estrategias que van a permitir acercar a los grupos de interés con el ser y que hacer de la organización, sus logros y su proyección, utilizando medios de comunicación convencionales y virtuales.

6.1 Objetivos específicos

- Aprovechar los beneficios de expansión que brindan las redes sociales, para el mejoramiento de la organización.
- Implementar un boletín de información y contenidos propios de la organización.
- Acercar a los diferentes medios de comunicación del sur de la Florida a los eventos de la organización.
- Apoyar el desarrollo de estrategias de contactos con clientes señalados por la organización.

7. MARCO TEORICO

7.1 Comunicación organizacional

Modernamente se puede notar la necesidad en las empresas de optimizar la comunicación tanto dentro como fuera de ellas, para lograr una mayor competitividad. Esta nueva visión implica unos cambios internos en las políticas de las empresas, además en la forma de actuar y pensar tanto a nivel formal o informal, por lo cual estas organizaciones en los últimos años han buscado integrar un concepto que los ayude a mejorar y proyectarse tanto interna como externamente.

Este concepto es la comunicación organizacional, la cual se ubica en el campo de las ciencias sociales, al ser esta una “Disciplina que se centra en el análisis, diagnóstico, organización y perfeccionamiento de las complejas variables que conforman los procesos comunicativos en las organizaciones, con el fin de mejorar la interrelación entre sus miembros, entre éstos y el público externo y así fortalecer y mejorar la identidad y desempeño de las entidades” (Rodríguez Guerra, Comunicación organizacional: teorías y puntos de vista,2005), esta disciplina ejecutada correctamente es la que permite a una empresa sobresalir en este mundo globalizado, pues le ayuda a organizarse y a que todos sus empleados desde su rol busquen el mismo objetivo, lo cual significa crear una cultura organizacional.

7.2 Cultura Organizacional

La cultura organizacional es el “Conjunto de normas, valores y formas de pensar que caracterizan el comportamiento del personal en todos los niveles de la empresa y a la vez es una presentación de cara al exterior de la imagen de la empresa” (Gross, definición y característica de

la cultura organizacional, 2009), Por lo tanto esta cultura se convierte en una de las bases fundamentales de la comunicación organizacional, porque dimensiona y une interiormente a las empresas y a su vez las proyecta al ámbito competitivo, pues si todos luchan por un mismo objetivo, los resultados mejorarán y por ende la imagen de la empresa también lo hará.

Americas Community Center, es una empresa que como muchas en todo el mundo, en el último tiempo se ha preocupado por mejorar su comunicación y generar una cultura organizacional que dimensione y proyecte de mejor manera sus políticas y filosofía. Para llegar a esto vio la necesidad de incluir en su empresa a un comunicador social, el cual mediante un plan de trabajo concertado, aplicará los conceptos y estrategias modernas de la comunicación organizacional.

Este comunicador será un practicante encargado del área de comunicaciones de Americas, la cual debe enfocarse en la comunicación externa, al momento de desarrollar un medio informativo propio de la organización y de mejorar las redes sociales de la empresa. Esto se considera comunicación externa porque son actos comunicativos dirigidos a públicos externos, en este caso los inmigrantes, además porque se hacen con el objetivo de proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.

Otra de las herramientas de comunicación en las que se tiene que enfocar este practicante son las relaciones públicas de la empresa, sobre todo con los medios de comunicación, al momento de hacer las visitas a los mismos. Visitas que tienen como finalidad, acrecentar el número de medios asociados y que buscan que esta relación sea estrecha y duradera, para que traiga beneficios a las dos partes.

Esta comunicación organizacional además de buscar la creación de una identidad empresarial, pretende ayudar a las empresas a “lograr una adaptación permanente a los cambios del entorno mediante el conocimiento actualizado del sector de competencia de manera tal que le permita conocer lo más exactamente posible las necesidades, deseos y comportamientos de sus usuarios actuales o potenciales” (Rodríguez Guerra, Comunicación organizacional: teorías y puntos de vista,2005), usuarios que en este mundo globalizado cambian constantemente, para lo cual se requiere que las organizaciones adopten una flexibilidad que les permita adaptarse a estos cambios y una de las cosas que les puede ayudar a generar esta flexibilidad es la creación de un plan de comunicaciones.

7.3 Plan de comunicaciones

El plan de comunicaciones consiste en crear “una serie de instrumentos operativos que proporcionan la programación y la agenda de las acciones futuras. Está orientado a apoyar la dinámica de desarrollo de las organizaciones en los rubros de la comunicación interna y externa, comunicación financiera y organizacional” (Libaert, El plan de comunicación organizacional,2006), en otras palabras es ir un paso adelante proyectando hacia el futuro las estrategias y tácticas que la organización requiera.

Como se dijo anteriormente, se requiere que la organización conozca detalladamente los deseos y necesidades de sus usuarios y la manera de como seducir a otros usuarios potenciales para que utilicen los servicios o productos que se ofrecen. Pero esta tarea se dificulta en este mundo moderno, pues el tipo de usuarios cambia constantemente, por lo que se necesita que el plan de comunicaciones sea dinámico para que los protocolos de comportamiento de la

organización tanto interna (empleados) o externamente (usuarios) no se tengan que cambiar continuamente.

7.4 Canales de comunicaciones

Uno de los aliados de las organizaciones para poder llegar a estos diferentes tipos de usuarios, que cambian constantemente son los canales de comunicaciones. “Un canal de comunicación es, en esencia, el método empleado para enviar un mensaje al receptor; no es el contenido del mensaje” (Rubio, introducción a la gestión empresarial, 2009), es un medio por el cual las señales portadoras de la información, su objetivo principal es permitir una retroalimentación entre el emisor (empresa) y receptor (usuario).

Estos canales pueden ser personales o masivos, en los personales la comunicación es directa y se utiliza el voz a voz, por su parte los masivos utilizan los medios de comunicación convencionales como la radio, la prensa, la televisión. La empresa es la que debe seleccionar que tipo de canal es ideal para llegar a un público en específico y transmitir el mensaje de la mejor manera.

De estos canales, surgen los productos enfocados a la comunicación organizacional, como afiches institucionales, buzón de sugerencias, boletines institucionales y también existen productos asociados a otros medios no convencionales como las redes sociales.

En cuanto a Americas Community Center el plan de comunicaciones está enfocado en el desarrollo de un producto en específico, un boletín institucional boletín que buscará dinamizar los flujos de comunicación hacia los diferentes grupos de interés de la organización, los cuales son inmigrantes, patrocinadores y voluntarios. Para entender el porqué el plan de comunicación

de Americas estará enfocado en el boletín, se debe explicar que es un boletín institucional y su importancia dentro de la organización.

7.5 Boletín institucional

Los boletines institucionales tienen como objetivo principal informar a los usuarios sobre algo en específico de la organización, por lo cual se podría también considerar como un boletín informativo que es “una publicación distribuida de forma regular, generalmente centrada en un tema principal que es del interés de sus suscriptores” (Aguayo, ¿que es un boletín informativo?, 2008).

En el caso de Americas, el boletín se llamará “Americas contigo” y se va a distribuir mensualmente, con una temática dirigida a tres tipos de públicos objetivos de la organización, los inmigrantes que son los usuarios, los patrocinadores que son los que permiten a la empresa recibir ingresos económicos para reinvertir en los programas y los voluntarios, que son un apoyo en la parte logística de los eventos que realiza la organización.

Algunos boletines institucionales son creados con ánimo de lucro, por lo cual se venden a los clientes de la empresa, pero en Americas este no es el caso, porque al ser una empresa sin ánimo de lucro, el boletín se entregará de manera gratuita y el ingreso de dinero vendrá de los espacios publicitarios que se venderán a los empresarios que quieran pautar en el boletín “Americas contigo”.

El propósito de este boletín es informar sobre los eventos y los programas que brinda la organización, reconocer y agradecer el apoyo de los voluntarios y de algunas empresas, para ello se les dedicará dos secciones: Historia del mes y el empresario del mes, además como se dijo

anteriormente se abrirá un espacio publicitario. Con lo anterior se estará cumpliendo con uno de los objetivos de un boletín institucional, incluir de manera dinámica a todos los públicos objetivos de la organización.

Un boletín desempeña un papel importante en un plan de comunicaciones, porque es un instrumento operativo que permite llegar a diferentes públicos y a la vez conocerlos, para esto se debe abrir un espacio donde los usuarios den sus opiniones y recomendaciones sobre que contenido quieren en este boletín y que secciones son pertinentes. De lograrse este cometido, la organización estaría realizando una verdadera comunicación con sus públicos, porque no sólo se están informando sino que se está haciendo una retroalimentación.

7.6 La tecnología en las organizaciones

Así como la globalización cambia constantemente el tipo de usuario, sus necesidades y sus deseos, también puede cambiar a las empresas, sobre todo con los avances tecnológicos, que obligan a las organizaciones que quieran estar a la vanguardia, a que conozcan e incorporen estos cambios tecnológicos, aunque para Joan Costa, el teórico y comunicólogo Español, “lo que ha cambiado ha sido la gestión, con la enorme capacidad de manejo de la información, la velocidad de cálculo y la potencia de modelización... Pero el problema no es esto. El problema es lo que no ha cambiado: la mentalidad de muchas empresas. La tecnología es sólo un aspecto del cambio”.

Los cambios para las empresas deben ser de adentro hacia afuera y de afuera hacia adentro. La tecnología entra a la empresa modificando sus estructuras y a su vez la organización haciendo un uso racional de esta tecnología, debe aportar modificando su entorno y aprovechando que con esta relación Tecnología-empresa, los conductos de comunicación son

más eficientes y rápidos al momento de llegar a los usuarios, un ejemplo de esto son las redes sociales con las que el mensaje, los productos o servicios llegan de manera fácil y eficiente.

El practicante desempeña un papel preponderante en estos cambios, porque por medio de estrategias y tácticas, debe optimizar las herramientas tecnológicas al servicio de la organización, para lo cual debe conocer toda la estructura organizacional, las políticas de la empresa y el entorno.

7.7 Identidad corporativa

Para lograr el proceso de posicionamiento de Americas Community Center en el Sur de la Florida, por medio de herramientas mencionadas anteriormente como por ejemplo el boletín institucional, la organización y sus integrantes requieren comprender la identidad corporativa de Americas, pues como lo define el especialista en Marketing y relaciones públicas, Paul Capriotti en sus teorías, esta identidad es la personalidad de cualquiera empresa, es decir , lo que es en la actualidad y lo que pretende llegar a ser, involucrando aspectos históricos, éticos, filosóficos y morales; los cuales hacen que una organización sea diferente a las demás. Aquí es donde se habla del valor agregado de la organización en lo que ofrece, que la hace diferente a otra empresa que presta los mismos productos o servicios.

Esta identidad según Capriotti, puede ser analizada desde dos perspectivas: la filosofía corporativa y la cultura corporativa, la primera es la concepción global de la organización, con sus metas y objetivos definidos (lo que la organización quiere llegar a ser). Por su parte la segunda, es la que define la manera de actuar de las personas que hacen parte de la organización interna y externamente. Cuando las empresas tienen claro su identidad corporativa, se puede decir que dieron el primer paso para el posicionamiento.

7.8 Posicionamiento

El posicionamiento de una empresa, se da específicamente debido a sus productos o servicios, pues de acuerdo a la manera que los consumidores definen y utilizan el producto o servicio y al lugar que ocupan estos en la mente de los clientes, se puede definir que tanto se tiene posicionada la marca en los públicos objetivos.

Este posicionamiento requiere de una proyección a corto, mediano y largo plazo, con un planteamiento claro de indicadores que ayuden a medir esta elección o no de los productos por parte de los usuarios. Por lo tanto las organizaciones deben entender que este posicionamiento requiere de cambios y procesos que toman tiempo, pero este tiempo se puede reducir si se actúa correctamente. Para explicar mejor esto, se puede vincular la teoría de Paul Capriotti con un aspecto dicho por otro teórico, Joan Costa.

Como mencionamos anteriormente el primer paso para el posicionamiento podría ser la creación y comprensión de la identidad corporativa, esta identidad hace parte de los cuatro puntos cardinales de la empresa, de los que habla Joan Costa en sus teorías: identidad, comunicación, cultura e imagen. Estos cuatro puntos representan el proceso más importante para el posicionamiento porque si se genera una identidad colectiva, y se le suma una buena comunicación tanto interna como externa, se llega a una cultura organizacional, lo cual mejora la visión que tienen los empleados de su empresa y la imagen que proyecta la misma a sus usuarios.

8. CRONOGRAMA

Actividades	Febrero				Marzo				
	1 °	2 °	3 °	4 °	1°	2 °	3 °	4 °	1 °
Desarrollo del proyecto de practica	tutoría	tutoría desarrollo de informe de ubicación	Tutoría	Tutoría Desarrollo del diagnostico	Tutoría	Tutoría Desarrollo de informe primera entrega	Tutoría Primera entrega	Tutoría Corrección de la primera entrega	Tutoría Recolección de información
Comunicación externa (redes sociales)	diagnostico de las redes	Diagnostico de las redes	Análisis de los resultados del diagnostico	Cambio a la estructura de las redes, agregando nuevas secciones.	Actualización de los contenidos	Invitaciones a los nuevos usuarios de Americas	Actualización de contenidos	Invitación a los nuevos Usuarios de Americas.	Recolección de información sobre los cambios de estas redes.
Producto de comunicación externa (boletín inter institucional)					Planteamiento de secciones y público objetivo.	Reunión con el presidente para definir el nombre, las secciones y el público.	Reunión con el diseñador para cuadrar el diseño del boletín	Entrevistas y redacción del contenido	Recolección de todo el contenido
Visitas a Medios de comunicación.					Se planean 3 visitas a medios de comu.		Visita a Caracol Radio.		

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

Actividades	Mayo				Junio			
	1 °	2 °	3 °	4 °	1 °	2 °	3 °	4 °
Desarrollo del proyecto de practica	tutoria	tutoria	Entrega de borrador final.	Espera de correcciones	Entrega de corrección final			
Comunicación externa (redes sociales)	Invitación a los nuevos usuarios	Actualización de contenidos	Invitación a los nuevos usuarios	Análisis final de crecimiento y alcance de contenidos				
Producto de comunicación externa (boletín inter institucional)	Entrevista y redacción del contenido	Recolección del contenido	Segunda edición					
Visitas a Medios de comunicación.				Visita a ESPN Radio Miami.				

9. PRESENTACION Y ANALISIS DE RESULTADOS

9.1 Plan de comunicaciones

En el proceso con Americas Community Center se obtuvieron buenos resultados de acuerdo con el plan de comunicaciones acordado con Fabio A. Andrade. En el desarrollo de este plan se ejecutaron una serie de instrumentos operativos y canales de comunicación con sus respectivas estrategias y tácticas que ayudaron al crecimiento externo de la empresa y al aprovechamiento máximo de la práctica profesional, estos instrumentos fueron:

- Un informe de actividades diarias.
- Correos personales para invitaciones a redes sociales.
- Visitas a medios de comunicación.
- Boletín institucional.

Estos instrumentos y estrategias como se mencionó anteriormente se hicieron por consenso con el presidente de Americas, quien cada 15 días revisaba el desarrollo y cumplimiento de las actividades. Se seleccionaron estos 4 canales de comunicación porque de esta manera se podía llegar a los diferentes públicos objetivos, a los nuevos usuarios por medio de correos personales para que se unieran a las redes sociales, a los integrantes y voluntarios de Americas con el boletín donde harían parte de las notas y entrevistas, además donde se les brinda un espacio para escribir si así lo requieren; por ultimo con las visitas programadas se les llega directamente a los medios de comunicación.

Aunque no se incluyeron directamente, los desayunos de negocios tanto en Weston como en el Doral, estos se convierten en otro canal de comunicación importante para este proyecto de práctica, ya que son los eventos más importantes y con más asistencia de usuarios, dado su importancia, requiere mayor atención del pasante. Se hace hincapié en estos desayunos, pues están directamente relacionados con algunos de los instrumentos anteriores, con el boletín porque la totalidad de patrocinadores y la mayoría de entrevistados asisten a estos desayunos, y con las redes sociales porque a los nuevos asistentes a estos desayunos se les envían los correos.

9.2 Dinámicas del proceso de práctica

El proceso de práctica en cuanto a las actividades realizadas y el alcance de las mismas, esta evidenciado en el informe de actividades diarias, el cual se realizó por pedido de Fabio A. Andrade, para así tener una manera de llevar el control de lo que hacia el pasante. La dinámica de este informe consistía en escribir diariamente la hora de entrada y salida, además de las actividades que se ejecutaban con sus respectivas estadísticas, esto era leído y firmado cada semana por el presidente y se anexa a este documento como anexo número 1.

9.2.1 Redes sociales

El eje de intervención dedicado a las redes sociales, estuvo enfocado directamente en acrecentar el flujo y los números de fan sobre todo en la red social Facebook. Para ello el pasante hacia una invitación verbal a los nuevos asistentes a los eventos de Americas Community Center para que se conectaran con la organización en las redes sociales. Además para asegurarse de que esto se cumpliera, les pedía sus tarjetas de negocios y posteriormente les enviaba un correo personal con los link de estas redes.

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

El envío de estos links se realizaba semanalmente, al igual que la invitación verbal sobre todo en los desayunos de negocios los miércoles y jueves en la mañana, lo que ayudó a que semanalmente se tuviera un promedio de 4 nuevos fans en Facebook, las estadísticas concretas se evidencian en la siguiente tabla, la cual está también respaldada con dos fotos que se encuentran como apéndice número 1 de este documento, las cuales fueron tomadas a la página principal del Facebook de Americas los días 1 y 25 de Mayo.

Tabla de seguimiento de número de fans en Facebook

día	Cantidad de fans
1 de Febrero	462 me gusta
1 de Marzo	481 me gusta
1 Abril	505 me gusta
1 mayo	536 me gusta
25 Mayo	551 me gusta

Lo Anterior demuestra que uno de los puntos claves de esta pasantía como se mencionó en el marco teórico, está en asociar las actividades y los logros de Americas con las nuevas tecnologías de la comunicación, para aprovechar el ingreso masivo de potenciales clientes a estas redes y así seguir posicionando la empresa.

En el marco teórico se dijo que una empresa debe estar dispuesta a los cambios si quiere satisfacer a su usuario y mejorar sus productos o servicios. Americas Community Center lo

entendió, llevando sus servicios a las redes sociales y la web en general, llegando así directamente a más clientes y sin necesidad de realizar muchos gastos. Por lo tanto aparte de acrecentar el número de fans, la función del pasante en las redes sociales era mejorar su contenido y lograr en lo posible que la pagina oficial de Facebook contara con secciones dedicadas a los distintos servicios de la organización como los desayunos de negocios y las charlas de productividad.

En síntesis se puede decir que estas redes sociales son un canal de comunicación que de aprovecharse correctamente, le ahorrara tanto dinero como tiempo a las organizaciones, pues son una herramienta gratuita, masiva y determinante para promocionar las empresas, los productos y los servicios.

9.2.2 Boletín Institucional

Por otra parte el proceso con el eje de intervención dedicado a la creación de un medio escrito propio de Americas, tuvo su inicio cuando el pasante en su primer mes ayudo a crear contenido para una cartilla que se realizó en un evento de la organización llamado “Americas Golden Awards”.

De allí Fabio A. Andrade sacó la idea de hacer un boletín institucional de Americas, idea que tomó fuerza en el mes de marzo, tiempo en el cual se realizaron reuniones para analizar el nombre, el contenido y las labores del estudiante en este medio escrito.

De esas reuniones salió “Americas Contigo”, el boletín con entrevistas, publicidad e información de los eventos de la organización y de empresas cercanas a la misma. La labor del pasante fue escribir las secciones de “Historia del mes” y “eventos”, además de buscar patrocinio

y de encargarse de recolectar el contenido para entregar al diseñador. El 18 de Abril, se imprimió la primera edición de “Americas Contigo” la cual se anexa como apéndice número 5 a este documento al igual que su segunda edición puesta en circulación el 21 de Mayo.

Como se mencionó en el marco teórico, el boletín desempeña un papel importante en un plan de comunicaciones, porque es un instrumento operativo que permite llegar a diferentes públicos y a la vez interactuar con ellos. Esto se evidenció en el caso de “Americas Contigo”, porque de esta forma se llegó de manera directa a más personas, ya que estos boletines se distribuyeron gratuitamente en la ciudades de Weston y el Doral, y en todos los eventos de la organización, además permitió y permitirá exaltar a los voluntarios y empresarios alrededor de la organización, con las secciones donde se entrevistan a dos personas cada mes, lo que hace que quienes salgan allí se sientan más identificados con la empresa y entiendan que son parte importante de la misma, de esta manera se crea una cultura institucional.

Como le define Gabriel Dardik uno de los voluntarios de Americas Community Center quien fue la primera persona en salir en la sección Historia del mes, la cual fue escrita por el pasante, “el boletín era algo que le hacía falta a la organización, porque necesitaba un medio propio, por tanto es excelente que ya se cuente con esto y además que se le permita a personas como yo que estamos en relación con la organización hacer parte de algo tan importante como es Americas Contigo”.

Primera edición “Americas Contigo”

SECCION	RESPONSABLE	ARTICULO	OBSERVACIONES
Editorial	Fabio A. Andrade	Articulo de bienvenida al boletín.	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

Historia del mes	Mauricio Garcés	Entrevista hecha a Gabriel Dardik una de las personas más cercanas a Americas.	Esta sección aunque bien escrita quedo muy extensa.
Empresario del mes	María Traverso	Entrevista a Miguel Lasalvia uno de los principales colaboradores de los desayunos de Doral.	
Eventos	Mauricio Garcés	Artículo sobre el evento de la organización en el cual participó Eucario Bermúdez.	El número de palabras y tamaño de las fotos, según los lectores es el indicado para todas las secciones.
Próximos eventos	Ana Lucia Pérez	Aquí se ubicaron las imágenes de los próximos eventos y la postal de las charlas del mes de mayo hecha por Ana Lucia Pérez.	

Segunda edición “Americas Contigo”

SECCIÓN	RESPONSABLE	ARTICULO	OBSERVACIONES
Editorial	Fabio A. Andrade	Felicitación día de las madres.	
Historia del mes	Mauricio Garcés	Entrevista hecha a Lucy Cristancho,	Esta vez el artículo no

		una de las colaboradoras en los desayunos de Weston.	se hizo tan extenso, para hacerlo más vistoso y legible.
Empresario del mes	María Traverso	Entrevista a Hussein El Fakih, dueño de la imprenta donde se imprimen todas las cartillas de Americas.	
Columna de opinión del mes.	Carlos Rivera	Aquí se publicó unos consejos en los que se habla de lo importante de la imperfección humana, escritos por un motivador muy cercano a la organización.	Sección que se abrió para la gente cercana a Americas que quiera escribir en el boletín.
Próximos eventos	Ana Lucia Pérez	Aquí se ubicaron las imágenes de los próximos eventos y la postal de las charlas del mes de Junio hecha por Ana Lucia Pérez.	

9.2.3 Visitas a medios de comunicación

Otro de los ejes de intervención consistía en hacer visitas a medios de comunicación como Caracol Radio Miami, ESPN Radio Miami y el periódico ciudad de Weston, estas con el fin de que el pasante se diera conocer en estos medios y a la vez diera conocer la organización,

generando contactos personales y empresariales que a futuro tengan sus resultados en apoyo, patrocinio y divulgación.

La primera visita se realizó el viernes 23 de marzo a Caracol Radio Miami y la siguiente el Martes 29 de Mayo, allí el pasante estuvo con periodistas tan importantes como Eucario Bermúdez, entre otros, quienes le contaron sus experiencias y le hicieron recomendaciones para su vida como periodista profesional. Además el pasante en las dos visitas, conoció las instalaciones y ayudó a redactar y corregir noticias de actualidad en caso de Caracol Radio y deportivas en el caso de ESPN.

Estas visitas fueron benéficas tanto para el pasante como para la organización, ya que los periodistas de Caracol Radio Miami e ESPN, manifestaron que para Americas Community Center y sus integrantes las puertas estarán siempre abiertas. Como evidencia de esta visita se incluye como apéndice número 3 la foto del pasante en las instalaciones de la emisora.

9.3 Presupuesto

Todas las estrategias ejecutadas en la práctica en Americas Community Center, estuvieron sujetas a un presupuesto, que puede cuantificarse en cuanto al dinero y los materiales que se utilizaron (recursos técnicos) o el tiempo que se gastó llevar a cabo cada estrategia (recursos humanos). En la siguiente tabla se mostrará el presupuesto que se requirió y se utilizó en el plan de comunicaciones.

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

Descripción recurso	Descripción actividad o producto	Tiempo (Días o meses)	Valor Total
RECURSOS HUMANOS			
Comunicador practicante	Encargado de elaborar contenidos, crear el boletín institucional, administrar las redes sociales y visitar a los medios de comunicación, su sueldo mensual fue de US 150.00. Además por cada boletín que creo recibió US 70.00, por recolección de contenidos y patrocinios.	Sueldo 4 meses 2 Boletines en 2 meses.	600.00 140.00
Diseñador	Hussein el Fakih, encargado de diagramar el boletín. Recibió US 40 al mes por realizar el diseño de cada boletín.	2 Boletines en 2 meses.	80.00
Periodista	La periodista María Traverso fue la encargada de realizar entrevistas a empresarios para redactarlas en la sección de Empresario de mes, por lo que recibió US 50 por entrevista.	3 entrevistas en 2 meses.	150.00
RECURSOS			

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

LOGÍSTICOS			
Transporte	El sueldo de US 150 que recibe el practicante es según el convenio firmado el subsidio de transporte, por lo tanto ya está incluido.		0
RECURSOS MATERIALES Y TÉCNICOS			
Papelería	El papel y la impresión de los 300 boletines por mes costaron US 240.	2 boletines en 2 meses.	480.00
Telecomunicaciones	El servicio de Internet mensual a Americas le cuesta US 45 y el celular para llamadas y mensajes locales ilimitados le costó a la organización US 100	Internet durante 4 meses. Celular durante 4 meses.	180.00 400.00
Oficina	La oficina y los servicios de agua y luz, son donados por el CIB, que es un centro de oficinas que patrocina los eventos de la organización.		0

TOTAL: US 1660.00

9.4 Conclusiones

Con el eje de intervención dedicado a las redes sociales se logró conseguir los objetivos planteados al inicio de este periodo de práctica, pues se aumentó el número de fans y seguidores, gracias a que se entendió que la mejor manera de hacerlo no es sólo mencionar que la organización cuenta con Facebook y Twitter, sino también dar a conocer directamente estas redes, por medio de invitación personales y correos electrónicos, los cuales le ahorran tiempo y esfuerzo a los usuarios al momento de buscar las redes oficiales de la organización.

Con el caso de Facebook se hizo algo diferente, pues en este tiempo de práctica se logró dinamizar la página oficial de Americas, ya que se le agregó secciones que permitieron decorar el sitio sin abandonar el objetivo principal de una red social, informar. Una de estas secciones ilustraba a los usuarios sobre la historia y filosofía de la organización, y las otras dos estaban dedicadas a impulsar y promover las actividades más importantes de Americas, los desayunos de negocio y las charlas de productividad.

Con la implementación de estas estrategias, se cumplió el objetivo específico de aprovechar los beneficios de expansión que brindan las redes sociales, sobre todo el alcance masivo que estas tienen, lo cual permitió ampliar sustancialmente el número de usuarios y mejorar los canales de información, y a su vez mejorar la imagen de la organización.

El boletín institucional se cumplió en su totalidad otro objetivo específico, que consistía en implementar un medio de comunicación con contenidos propios de la organización, además se tuvo un agregado, lograr que con la implementación de contenidos propios se generara un cultura corporativa.

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

Este plus se dio porque se abrieron espacios para todos los públicos objetivos que rodean a Americas Community Center. Por un lado los usuarios pudieron opinar en la sección de testimonios; por otro lado los voluntarios de la organización, hicieron parte de los contenidos al ser entrevistados y lo más importante, fueron artífices de algunas de las columnas de opinión incluidas en cada boletín.

Es sabido que la cultura corporativa es la que define la manera de actuar de las personas que hacen parte de la organización interna y externamente. Lo importante aquí es unificar estos grupos para que luchen por lograr los mismos objetivos y así se sientan identificados con la empresa y desarrollen un sentido de pertenencia. Por lo tanto se puede concluir que el boletín ayudó a la creación de esta identidad, pues permitió que todos los públicos objetivos fueran parte de un suceso tan importante como fue la creación del primer medio comunicativo propio de la empresa.

Otro de los objetivos específicos estaba destinado a acercar a los diferentes medios de comunicación del sur de la Florida a los eventos de la organización. Este paso se cumplió sobre todo en charla donde se promocionó la autobiografía del periodista colombiano Eucario Bermúdez, la cual fue hecha como Charla de productividad de Americas Community Center y tuvo el cubrimiento especial de Caracol Radio, que a su vez fue uno de los medios visitados por el pasante durante el periodo de práctica.

Es evidente que durante el periodo de práctica se hizo que el pasante conociera personalmente algunos medios de comunicación, no sólo con el objetivo de generar contactos profesionales, sino también buscando que estos medios de comunicación comprendan la labor social de la

organización y se comprometan a apoyarla, ya sea participando de los eventos o difundiendo lo que en ellos se hace.

9.5 Recomendaciones

En la ejecución de las actividades descritas, se presentaron algunas dificultades para tener en cuenta por la organización y por los próximos pasantes, de las cuales surgen las siguientes recomendaciones:

La primera es la dificultad que se presentó al momento de buscar patrocinadores para el boletín, pues se requirió de más tiempo que el planeado. Hay que tener en cuenta que actualmente el mundo está inmerso en dificultades económicas y por lo tanto, las organizaciones prefieren utilizar herramientas gratuitas como las redes sociales, para realizar la publicidad de sus productos o servicios, dejando así en un segundo plano la publicidad en los medios convencionales, entre los que se encuentran los boletines.

Por lo tanto se recomienda vender además de un patrocinio, un plus a las personas o empresas que apoyen económicamente este boletín, anunciándoles que con este, en un futuro podrán ser entrevistados en la sección empresario del mes o si lo desean escribir columnas en este medio. Esto hace que la persona se anime continuamente a apoyar el boletín, pues entiende que salir en una sección puede ser una publicidad de mucho impacto y sin costo adicional.

Otra dificultad se presentó en las visitas a los medios, ya que inicialmente se planearon 3 visitas, de las cuales se esperaba que la segunda se hiciera al periódico Ciudad de Weston en el mes de Abril, pero esta no se llevó a cabo porque la dueña del Periódico, Evelyn Alcalá, tuvo

que viajar a su país natal Venezuela en ese tiempo. Razón por la cual no se realizó esta visita, que figuraba en el cronograma expuesto en el punto 8.

Para evitar esta dificultad, se recomienda planear con anticipación las visitas y comprometer a las personas, además tener un plan B en caso de que una de las visitas programadas no se pueda realizar por algún motivo. Lastimosamente este plan alternativo no se planeó en esta práctica, por lo cual se perdió un espacio importante para dar a conocer a la organización en uno de sus públicos objetivos, los medios de comunicación.

La actualización, dinamismo y crecimiento de las redes sociales de la organización, fue el eje de intervención que menos dificultades presentó durante el periodo de práctica. Por ende la recomendación que doy para la empresa y los próximos pasantes, es continuar con las invitaciones a estas redes personalmente y lo más importante continuamente.

Lo fundamental en este eje, es mencionarle al mayor número de personas que se pueda, que la organización cuenta con estas redes sociales, dar la ubicación y el link exacto de las mismas y explicar los beneficios que estas pueden traerles. De la mano con estas menciones debe ir la actualización de la página, pues de nada sirve promocionar el Facebook y el Twitter si estos no informan o no son llamativos.

Las redes sociales actualmente son uno de los medios más importantes para dar a conocer una organización y promocionar sus productos o servicios. Posiblemente en los próximos sean el primer medio de difusión e información, por lo tanto comenzar a incursionar y posicionar desde ahora estas redes en los usuarios, es algo vital para el futuro de Americas Community Center.

BIBLIOGRAFIA

Diaz, Luz Marina, Febrero 9 de 2006. Reflexiones en torno a la Investigación Socio demográfica sobre la Población Colombiana en los Estados Unidos. Barranquilla, Colombia.

Recuperado el 13 de marzo de 2012 en

<http://www.colombianosenelexterior.com/?idcategoria=13491>

Rodríguez Guerra, Ingrid, febrero de 2005. Comunicación organizacional: teorías y puntos de vista. Recuperado el 17 de marzo de 2012 en www.gestiopolis.com

Gross, Manuel, 2009. Definición y características de la cultura organizacional. Recuperado el 17 de marzo de 2012 en

<http://manuelgross.bligoo.com/definicion-y-caracteristicas-de-la-cultura-organizacional-actualizado>

Aguayo, Hugo, 08 de octubre del 2008. Que es un Boletín Informativo. Recuperado el 19 de marzo de 2012 en

<http://dinerointernet.obolog.com/boletin-informativo-134398>

Rubio Dominguez, Pedro, 2009. INTRODUCCIÓN A LA GESTIÓN EMPRESARIAL. FUNDAMENTOS TEÓRICOS Y APLICACIONES PRÁCTICAS. Recuperado el 20 de marzo de 2012 en <http://www.eumed.net/libros/2006a/prd/4c.html>

APENDICES

Apéndice No 1

Pantallazos del Facebook oficial de Americas



Apéndice No 2**Plantilla de la invitación a las redes sociales vía correo electrónico**

Hola Daniel

Americas Community Center la organización sin fines de lucro dedicada a ayudar a los profesionales Colombianos y latinos en los Estados Unidos te invita a que la sigas en sus redes sociales...así te enteraras de nuestra actualidad y nuestros servicios y eventos...

En facebook nuestro link es: <http://www.facebook.com/AmericasCC>

En Twitter nos puedes encontrar como: @americascc

ESPERAMOS QUE LE DES EL LIKE Y FOLLOW RESPECTIVO...

Cordialmente

--

Diego Mauricio Garces Restrepo

Americas Community Center

Inter/communications

mauriciog@americascc.org

tel: 954-323 9526

cel: 305- 290 9077

Apéndice No 3

Fotos visitas a medios



Apéndice No 4
Informes de actividades

Guía de informe semanal

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
Miércoles 1 feb	9:00 a.m	1:30 p.m	-Logística Desayuno de negocios Weston -Tuvimos una reunión con el presidente para definir funciones.	
Miércoles 1 feb	6:00 p.m	10:00 p.m	-Logística haciendo negocios	
Jueves 2 feb	9:00 a.m	1:30 p.m	-Tabulación de los asistentes a haciendo negocios -Corrección de Bios de los finalistas de los premios AGA.	
Viernes 3 feb	9:00 a.m	1:30 p.m	-Se hicieron las cartas para los finalistas de los premios AGA -Revisión minuciosa de Facebook y pagina WEB.	

Guía de informe semanal

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
lunes 6 feb	9:00 a.m	5:00 p.m	-Se hizo el Comunicado de prensa sobre los AGA.	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			-se modificó el comunicado de las asesorías de abogados. -se etiquetaron personas en la imagen de los AGA que aparece en Facebook.	
martes 7 feb	9:00 a.m	4:00 p.m	-Correcciones al comunicado de los AGA -Se llamó a algunos medios de comunicación para pedir una corrección de los logos para ubicar en la invitación de los AGA.	
miércoles 8 feb	7:00 a.m	1:00 p.m	-Logística desayuno de Weston. -Se Envió correos a los nuevos asistentes al desayuno para invitarlos a seguir las redes sociales.	
Miercoles 8 feb	6:00 p.m	10:00 p.m	-Logística en “charlas de productividad”.	
Jueves 9 feb	7:00 a.m	3:00 p.m	-Logística en charlas de productividad. -Revisión de la página web para informar que se debía actualizar.	
Viernes 10 feb	9:00 p.m	3:00 p.m	-Llamadas a los medios de comunicación para enviar comunicado de los AGA.	

			-Diseño en Word de la invitación a los AGA para enviar por correo.	
--	--	--	--	--

Guía de informe semanal

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
lunes 13 feb	9:00 a.m	4:00 p.m	-Se hizo la corrección final de la carta a los semifinalistas. -Se actualizaron publicaciones en Facebook -Llamadas a los medios restantes para envío de comunicados de prensa.	
martes 14 feb	9:00 a.m	4:00 p.m	-Se realizó el último retoque al diseño de los AGA en Constant Contact. -Se enviaron los correos a los semifinalistas de los AGA.	
miércoles 15 feb	7:00 a.m	1:00 p.m	-Logística desayuno de Weston. -Nuevas publicaciones en redes sociales.	
Miércoles 15 feb	6:00 p.m	10:00 p.m	-Logística en “charlas de productividad”.	
Jueves 16 feb	7:00 a.m	3:00 p.m	-Logística en charlas de productividad. -Llamadas a los	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			nominados para confirmar las direcciones para enviarles las boletas del evento.	
Viernes 17 feb	9:00 p.m	3:00 p.m	-Se hizo la redacción del reconocimiento para Juanes, Ardila Lulle, Gustavo Cisneros y Rick Case.	

Guía de informe semanal

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
lunes 20 feb	9:00 a.m	4:00 p.m	-Se publicaron las fotos del desayuno con el Sheriff y el Jingle de los AGA en Facebook - Se actualizó la base de datos de los desayunos de Weston y el Doral. - Se hicieron los Invoice de los AGA.	
martes 21 feb	9:00 a.m	3:00 p.m	-Se enviaron invitaciones personales a gran parte de los contactos del correo de Fabio Andrade. -Se actualizó la base de datos de las charlas de productividad	
miércoles 22 feb	7:00 a.m	1:30 p.m	-Logística desayuno de Weston. -Invitaciones vía mail a las nuevos asistentes al	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			desayuno para que nos sigan en las redes sociales.	
Miércoles 22 feb	6:00 p.m	10:00 p.m	-Logística charlas de productividad.	
Jueves 23 feb	9:00 a.m	4:00 p.m	-Se les envió el diseño de los AGA a todos los nominados para que invitaran más personas.	
Viernes 24 feb	9:00 p.m	4:00 p.m	-Tabulación en Excel de los medios de comunicación asistentes al evento. -Actualización de contenido en las redes sociales.	

Guía de informe semanal

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
lunes 27 feb	9:00 a.m	4:00 p.m	-Se hicieron las identificaciones de prensa para los AGA. - Se llamó a las personas que debían boletas del evento	
martes 28 feb	9:00 a.m	6:00 p.m	- Se llamó a algunos contactos de Fabio Andrade, para invitarlos al evento. -se terminó de llamar a	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			<p>las personas que debían boletas para el evento.</p> <p>-se organizó la lista y los sobres de todos los invitados con Ana Lucia.</p>	
miércoles 29 feb	7:00 a.m	5:00 p.m	<p>-Logística desayuno de Weston.</p> <p>-Se ultimaron detalles de los AGA.</p>	
Miércoles 29 feb	6:00 p.m	12:00 p.m	-AMERICAS GOLDEN AWARDS	
Jueves 1 mar	DAY OFF	DAY OFF	DAY OFF	
Viernes 2 mar	9:00 p.m	3:00 p.m	<p>-Se hizo toda la contabilidad de las boletas que ingresaron y su respectivo dinero, con Ana Lucia.</p>	

Guía de informe semanal

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
lunes 5 marzo	9:00 a.m	4:00 p.m	<p>-Se publicaron comentarios en Facebook sobre los AGA.</p> <p>- Se actualizó la base de datos de los desayunos de Weston y el Doral.</p>	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

martes 6 marzo	9:00 a.m	3:00 p.m	-Se realizó nuevamente el conteo de las boletas y la plata que ingreso en los AGA. - Se imprimieron unos agradecimientos para los asistentes de los AGA.	
miércoles 7 marzo	7:00 a.m	1:00 p.m	-Logística desayuno de Weston. -Se le envió el link del Facebook a los nuevos asistentes al desayuno.	
Miércoles 7 marzo	6:00 p.m	10:00 p.m	-Logística charlas de productividad.	
Jueves 8 marzo	11:00 a.m	3:00 p.m	-se publicaron las fotos del evento con el logo editado en Paint.	
Viernes 9 marzo	9:00 p.m	2:30 p.m	-Se realizó la actualización de la base de datos de nuestros eventos. -Se realizó una nueva sección en Facebook, y publicaciones para refrescar las redes sociales.	

Guía de informe semanal

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
Lunes 12 mar	9:00 a.m.	3:00 p.m.	<p>-Actualización de base de datos de los asistentes a desayunos y charlas, en Constant Contact.</p> <p>- Se enviaron correos de bienvenida a los recién ingresados a la base de datos.</p> <p>-Se idearon las secciones y el contenido del News letter.</p>	
Martes 13 mar	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Reunión con Fabio Andrade para hablar del News Letter.</p> <p>-Reunión con la tutora y la jefe de Practicas de la Universidad Católica, vía Skype.</p> <p>-Reunión con Silvana Echeverri para cuadra funciones en el News letter.</p>	
Miércoles 14 mar	7:00 a.m.	1:00 p.m.	<p>-Logística desayuno de Weston.</p> <p>-se le envió el link del Facebook a los nuevos asistentes al desayuno.</p>	
Miércoles 14 mar	6:00 a.m.	10:00 p.m.	<p>-Logística charlas de productividad.</p>	
Jueves 15 mar	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Se subió el video de los AGA que salió en Venevisión a Youtube y de ahí se publico en Facebook.</p> <p>- Se realizó la edición de</p>	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			<p>las fotos con el logo de los AGA incluido para publicar en el Facebook personal de Fabio A.</p> <p>- se cuadró la cita con Roxana para visitar a Caracol y se aprovechó para hablar del motivo de esta visita.</p>	
Viernes 16 mar	9:00 a.m.	1:00 p.m.	-Visita a Caracol Radio	

Guía de informe semanal

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
Lunes 19 mar	9:00 a.m.	2:00 p.m	<p>-Actualización de base de datos de los asistentes a desayunos y charlas, en Constant Contact.</p> <p>- Se imprimieron de nuevo los diplomas para la junta directa de los AGA.</p> <p>- se publicó nueva información en el Facebook sobre la charla de Eucario Bermúdez.</p>	
Martes 20 mar	9:00 a.m.	2:00 p.m	<p>-Se actualizo el Facebook con información sobre la charla en el desayuno de Weston de los mitos sobre el liderazgo.</p> <p>-se imprimieron los sobres para entregar el agradecimiento a los voluntarios en los AGA.</p> <p>- se publicaron unas</p>	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			nuevas fotos en el Facebook de Fabio Andrade.	
Miércoles 21 mar	7:00 a.m.	1:00 p.m.	<p>-Logística desayuno Weston al que asistieron 33 personas.</p> <p>-Se enviaron las invitaciones de las redes sociales, a las 7 personas nuevas en el desayuno</p> <p>- Se envió el correo a Maximiliano para explicarle un poco de lo que se va a hacer con el Newsletter.</p>	
Miércoles 21 mar	6:00 p.m.	10:00 p.m.	-Logística Charla de Productividad de Phanor Calle, en donde entraron 12 personas.	
Jueves 22 mar	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Se realizó la primera parte de la nueva presentación para los desayunos, ya no en Powert Point sino en Prezi.</p> <p>-Se hizo la nueva encuesta que se le hará a los asistentes a las charlas de productividad.</p> <p>- Hubo una reunión con Nicolas Ciucolini y Andrea, para canjear el bono de Google Ad Words.</p>	
Viernes 23 mar	9:00 a.m.	1:00 p.m.	<p>-Se realizaron las correcciones de la encuesta que Ana Lucia recomendó.</p> <p>-Se terminó de hacer la</p>	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			<p>presentación de charlas en Prezi</p> <p>- Se terminó a la 1:00 p.m. por la asesoría con la Universidad a la 1:30.</p>	
--	--	--	--	--

Informe semanal Diego Mauricio Garcés

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
Lunes 26 marzo	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Actualización de base de datos en Constant Contact y llamadas a los 10 nuevos asistentes a desayunos y 7 nuevos a charlas.</p> <p>-Transcripción de la entrevista hecha a Gabriel Dardik para el boletín Americas Contigo.</p> <p>- Se hicieron los certificados para la charla de Eucario Bermúdez.</p>	
Martes 27 marzo	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Se modificó la encuesta para los asistentes a las charlas de productividad.</p> <p>- Se imprimieron 3 certificados más para entregar en la charla de los jóvenes y la charla de Eucario.</p>	
Miércoles 28 marzo	7:00 a.m.	1:00 p.m.	- Logística desayuno Weston al que asistieron 28 personas.	
Miércoles 28 marzo	6:00 p.m	10:00 p.m.	-Logística y cubrimiento de la charla de Eucario	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			Bermúdez para el boletín, asistieron 16 personas.	
Jueves 29 marzo	11:30 a.m.	3:00 p.m.	<p>-Se publicaron las dos mejores fotos del evento de Eucario en el Facebook de Americas.</p> <p>-Se redactaron la entrevista de Gabriel Dardik y el cubrimiento de Eucario Bermúdez para sacar en el Boletín.</p> <p>-Se llego tarde porque se hicieron las vueltas del pase de la Florida.</p>	
Viernes 30 mar	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Se realizó la actualización de 6 bussines cards en Constant Contact y se dejó otras 13 en espera para saber donde ingresarlas.</p> <p>-Se hicieron las llamadas para saber las direcciones de los 3 conferencistas de las charla de jóvenes, para enviarle los certificados por correo.</p> <p>-Se hicieron en Word las reglas de los desayunos de negocios en Ingles y español.</p>	

Informe semanal Diego Mauricio Garcés

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
--------------	---------------------	--------------------	--------------------	--------------

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

Lunes 2 abril	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Actualización de base de datos en Constant Contact y llamadas a los 8 nuevos asistentes a desayunos y 4 nuevos a charlas.</p> <p>-Se cuadraron con Ana Lucia los horarios de los voluntarios para Expo Colombia.</p> <p>-se realizó la teleconferencia semanal de Americas.</p>	
Martes 3 abril	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Se revisó con Andrea, las correcciones de la página de Google Ad Words que se canjeo para Americas.</p> <p>-Se hicieron los últimos retoques a las reglas de los desayunos y se le enviaron a Gabriel Dardik.</p> <p>-Se tabularon las estadísticas de alcance de los boletines semanales desde agosto de 2011 hasta abril 2012.</p>	
Miércoles 4 abril	7:00 a.m.	1:00 p.m.	<p>-Logística desayuno Weston al que asistieron 32 personas.</p> <p>- Se envió la invitación a Facebook a la única persona nueva que asistió, además se actualizaron en Constant Contact 5 personas.</p> <p>-Se le mostraron a Gabriel Dardik las reglas del desayuno, hizo correcciones y estas se</p>	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			hicieron en el transcurso de la mañana.	
Jueves 5 abril	9:00 a.m.	2:00 p.m.	-Se realizó el News Letter Semanal de Americas.	
Viernes 6 abril	9:00 a.m.	1:00 p.m.	-Se realizó una cartilla como borrador para el news letter y se envió un correo de cómo iba el contenido a Fabio A. Andrade. -Se envió el boletín semanal.	

Informe semanal Diego Mauricio Garcés

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
Lunes 9 abril	9:00 p.m.	2:00 p.m.	-Se actualizaron 10 contactos en la base de datos de desayunos de negocios. -Se realizó otra cartilla como ejemplo para el boletín esta vez con recomendaciones de Ana Lucia. -Se le ayudó a Ana Lucia a realizar e imprimir contenido de Americas, pues ella no se encontraba en la oficina porque estaba enferma.	
Martes 10 abril	9:00 p.m.	1:30 p.m.	-Se recibió la entrevista con el visto bueno de Gabriel D. y se le hicieron los arreglos. -Se publicó contenido en Facebook y se invito a 10 nuevas personas a que hagan parte de la página. -Se realizó la teleconferencia semanal de Americas.	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			-Se imprimieron 3 certificados: para Carmen Delia Ortiz, David Rivera y Jorge Cardenas.	
Miércoles 11 abril	7:00 a.m.	1:00 p.m.	-Logística desayuno de weston, al que asistieron 42 personas. -Se envió la invitación a Facebook a las 5 personas nuevas en el desayuno, además se actualizaron en Constant Contact 5 personas. -Se enviaron a Fabio A. Andrade las correcciones de las reglas de los desayunos. -En el desayuno se consiguieron 7 patrocinadores para el boletín mensual y se realizó una reunión para organizar el contenido.	
Miércoles 11 abril	6:00 p.m.	9:30 p.m.	-Logística de la charla de Carmen Delia Ortiz a la que asistieron 27 personas.	
Jueves 12 abril	9:00 a.m.	2:00 p.m.	-Se realizaron las llamadas para confirmar los patrocinios al boletín mensual. -Se aprovechó para modificar el contenido del facebook de acuerdo a lo aprendido en la conferencia del día anterior -Se cuadraron los espacios de los patrocinios para el News Letter con ayuda de Ana Lucia.	
Viernes 13 abril	9:00 a.m.	1:00 p.m.	-Se realizó y se envió el boletín semanal de Americas por Constant Contact.	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			<p>-Se publicó información sobre el resumen de los eventos en la semana en Facebook, con preguntas para que la gente responda como les parecieron.</p> <p>-Actualización de base de datos en Constant Contact y llamadas a los 10 nuevos asistentes a desayunos y 8 nuevos a charlas.</p>	
--	--	--	---	--

Informe semanal Diego Mauricio Garcés

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
Lunes 16 Abril	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Se dividió por carpetas el contenido del News Letter para entregárselo a Hussein.</p> <p>-Se realizó el cuadro de estadísticas del mes sobre los asistentes a todos nuestros eventos.</p> <p>-Se llamó a Evelyn Alcalá, Karina Matysin, Gabriel Zuleta y Terry Peter para recolectar los artes de bussines cards restantes.</p>	
Martes 17 Abril	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Se imprimieron los 20 certificados para el desayuno del jueves 19 en el Doral.</p> <p>-Se llamó a todos los 22 voluntarios que estarán en la mesa de Americas CC en Expocolombia.</p> <p>-Hussein envió un Preview del News Letter el cual se reviso</p>	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			<p>con Ana Lucia para darle el permiso de impresión.</p> <p>-Se realizó la teleconferencia semanal de Americas.</p>	
Miércoles 18 Abril	7:00 a.m.	1:00 p.m.	<p>- Logística desayuno de weston, al que asistieron 40 personas.</p> <p>-Se envió la invitación a Facebook a las 6 personas nuevas en el desayuno.</p> <p>-Se llamó a invitar personalmente al desayuno de Doral con los gobernadores de Colombia a una lista de contactos entregada por Ana Lucia.</p> <p>-se imprimieron los 4 certificados para los panelistas de la charla de la semana.</p>	
Miércoles 18 abril	6:00 p.m.	10:00 p.m.	-Logística charla de productividad Book & billias a la que asistieron 8 personas.	
Jueves 19 Abril	7:00 a.m.	1:00 p.m.	-Logística desayuno de negocios Doral con los gobernantes de Colombia a la que asistieron 92 personas.	
Viernes 20 Abril	9:00 a.m.	1:00 p.m.	<p>-Se hizo el registro en Constant Contact de los nuevos 21 asistentes a los desayunos de negocios y 2 de las charlas y se actualizaron datos de 5 personas.</p> <p>-Se alistó y entregó los objetos que iban en la mesa de Americas en Expocolombia.</p> <p>-Se cuadró caja de la semana</p>	

			con Ana Lucia.	
--	--	--	----------------	--

Informe semanal Diego Mauricio Garcés

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
Lunes 23 Abril	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Se llamó a Fabrizio un asistente a los desayunos para explicarle en qué consistía y que debía hacer para la presentación de 5 min en el desayuno.</p> <p>-Se realizó una tabla para tener la contabilidad y la claridad sobre las personas que deben los patrocinios del primer Boletín.</p> <p>-Se reorganizó con la ayuda de Ana Lucia la tableta de diseño del boletín, para pensar en hacer más dinero con el espacio de patrocinios.</p>	
Martes 24 Abril	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Se ingresaron a Constan Contact 36 nuevas personas, que son las bussines cards recogidas el domingo en Expocolombia.</p> <p>-A esas 36 personas se les envió la invitación por correo al Facebook y Twitter de Americas.</p> <p>-Se escanearon con el Card Scan y se tabularon aproximadamente 50 tarjetas las cuales se enviaron como base de datos a Andrea.</p>	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

Miércoles 25 Abril	9:00 a.m.	1:00 p.m.	<p>- Logística desayuno de Weston, al que asistieron 36 personas.</p> <p>-Impresión de los certificados para la charla de productividad.</p> <p>-Se ubicaron los primeros patrocinadores de la siguiente edición de Americas Contigo</p>	
Miércoles 25 Abril	6:00 p.m.	10:00 p.m.	-Logística charla de productividad sobre marketing, a la cual asistieron 15 personas.	
Jueves 26 Abril	9:00 a.m.	1:30 p.m.	<p>-Se enviaron los links de facebook y Twitter a las 9 personas nuevas a los desayunos.</p> <p>-Se realizo con lo ayuda de Andrea el registro para la conferencia virtual en Constant contact.</p>	
Viernes 27 Abril	9:00 a.m.	1:00 p.m.	<p>-Se realizó y se envió el boletín semanal de Americas por Constant Contact.</p> <p>-Se enviaron por Constant Contact las bienvenidas a los nuevos de las Charlas y los desayunos.</p> <p>-Se actualizó el contenido de las secciones en Facebook y se enviaron 100 nuevas invitaciones por medio del perfil personal de Andrea.</p> <p>-se llamó a Jorge “Nacho” García de ESPN para cuadrar una visita a las instalaciones ubicadas en Coral Gables.</p>	

Informe semanal Diego Mauricio Garcés

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
Lunes 30 Abril	9:00 a.m.	1:30 p.m.	<p>-Se realizó e imprimió el certificado de Charlas de Productividad y los certificados del Desayuno de Doral.</p> <p>-Se llamó de nuevo a Jorge “Nacho” García, para cuadrar la fecha exacta de la visita a ESPN Radio Miami.</p> <p>-Se revisó la página web para mirar que contenido estaba desactualizado.</p> <p>-Se pasaron en limpio los resultados de las encuestas de charlas para proceder a tabular.</p>	
Martes 1 Mayo	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Se tabularon los datos y además se organizaron en graficas de Excel.</p> <p>-Las estadísticas se enviaron y analizaron con Ana Lucia Pérez.</p> <p>-Se realizó la teleconferencia semanal de Americas.</p>	
Miércoles 2 Mayo	7:00 a.m.	1:00 p.m.	<p>- Logística desayuno de Weston, al que asistieron 34 personas.</p> <p>-Se tabularon y enviaron dos bases de datos del computador personal de Fabio A. Andrade</p>	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			<p>a Andrea para actualizarlas.</p> <p>-Se entrevistó a Antonio Ciuccolini para la sección de testimonios sobre los desayunos.</p>	
Miércoles 2 Mayo	6:00 p.m.	9:30 p.m.	-Logística charla de productividad sobre Google, a la cual asistieron 18 personas.	
Jueves 3 Mayo	9:00 a.m.	1:30 p.m.	<p>-Se entrevistó a María Dusan para la sección de testimonios sobre las charlas.</p> <p>-Se llamó a María Traverso para concretar qué entrevista debía realizar y que día sería el plazo de entrega.</p> <p>-Se reorganizó el diseño del News letter de muestra, de acuerdo a lo acordado con el jefe Fabio A. Andrade.</p> <p>-Se corrigieron algunos detalles del informe de práctica para enviárselo a Andrea y luego ella se lo enviará al Jefe Fabio A. Andrade.</p>	
Viernes 4 Mayo			<p>-Se realizó y se envió el boletín semanal de Americas por Constant Contact.</p> <p>-Se enviaron por Constant Contact las bienvenidas a los 2 nuevos de las Charlas y 6 nuevos de los desayunos.</p> <p>-Además se les envió a todos los nuevos un correo personal invitándolos a unirse a Facebook y twitter.</p> <p>-Se realizaron cambios en la</p>	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			presentación de Prezi y se le envió a Ana Lucia para utilizar en la próxima charla.	
--	--	--	---	--

Informe semanal Diego Mauricio Garcés

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
Lunes 7 Mayo	9:00 a.m.	1:30 p.m.	<p>-Se organizo el contenido de la página principal del Boletín y se realizaron todos los pie de fotos.</p> <p>-Se llamó y se les envió un correo a las personas que quedaron en pautar en el boletín para que enviaran sus artes.</p> <p>-Se llamó a posibles clientes para patrocinio como Hinda Elman, Altagracia Salas, Claudia Mosley, Pilar Maghan.</p> <p>-Se publicó contenido en el Facebook de Americas invitando a los desayunos y la charla de la semana y a la reunión que Americas está organizando sobre la ciudadanía.</p>	
Martes 8 Mayo	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Se publicó contenido para en Facebook y Twitter para invitar a las personas a asistir al desayuno de Doral donde hablara Carmen Delia Ortiz.</p> <p>-Se imprimieron los certificados para Elizabeth</p>	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			<p>Ayala de Charlas y Carmen Delia Ortiz de Desayuno Doral.</p> <p>- Se llamó a los nuevos asistentes de la semana pasada para invitarlos a asistir a los desayunos y las charlas de esta semana, además se aprovecho para resolver sus inquietudes.</p> <p>-Se llamó a Jorge “Nacho” García y se cuadro la visita a ESPN para este viernes.</p>	
Miércoles 9 Mayo	7:00 a.m.	1:00 p.m.	<p>-Logística desayuno de Weston, al que asistieron 35 personas.</p> <p>-Se consiguieron varios patrocinadores y posibles patrocinadores para el boletín, a los cuales se les llamo y envió un correo personal para recordarles enviar el diseño.</p> <p>-Se hizo y envió la invitación por Costant Contact para invitar a que asistan a la charla de esta semana.</p>	
Miércoles 9 Mayo	6:00 p.m.	10:00 p.m.	<p>-Logística charla de productividad sobre rendirse, a la cual asistieron 25 personas.</p>	
Jueves 10 Mayo	9:00 a.m.	1:30 p.m.	<p>-Se transcribió la entrevista de Lucy Cristancho para el boletín en Word, para luego redactarla como historia del mes.</p> <p>- Se tradujo el editorial hecho por Fabio A. Andrade para publicarlo en español en el boletín del mes.</p> <p>-se volvió a enviar correos y a</p>	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			llamar a todas las personas interesadas en patrocinar el boletín y que no habían enviado el diseño.	
Viernes 11 Mayo	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Se realizaron las estadísticas del mes para el boletín.</p> <p>-Se realizó y se envió el boletín semanal de Americas por Constant Contact.</p> <p>-Se hicieron y programaron dos correos en Constant Contact de charlas una para el sábado y otro para el lunes.</p> <p>-Se ubicó el contenido del boletín en carpetas para tenerlas organizadas al momento de entregárselas a Hussein.</p>	

Informe semanal Diego Mauricio Garcés

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
Lunes 14 Mayo	9:00 a.m.	2:00 p.m.	<p>-Se reorganizaron las categorías de My Best Contacts y se le enviaron a Diego.</p> <p>-Se enviaron por Constant Contact las bienvenidas a los 7 nuevos de las Charlas y 8 nuevos de los desayunos.</p> <p>-A estas nuevas personas se les llamo para invitarlos a seguir con nosotros y para responderles inquietudes.</p>	
Martes 15 mayo	9:00 a.m.	2:00 p.m.	-Se realizó e imprimió el certificado de Charlas de Productividad y los certificados del Desayuno de	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			<p>Doral.</p> <ul style="list-style-type: none"> -Se enviaron las invitaciones a las redes sociales a los 7 nuevos de charlas y 8 de desayunos. - Se enviaron correos y se llamó a las personas que debían contenido para el boletín de este mes. -Se publicó contenido en las redes sociales para invitar a las actividades de esta semana sobre todo al desayuno del Doral donde hablara Horazio Terzagui. 	
Miércoles 16 Mayo	7:00 a.m.	1:00 p.m.	<ul style="list-style-type: none"> -Logística desayuno de Weston, al que asistieron 33 personas. - Reunión con Fabio A. Andrade y Ana Lucia, para ponerse al día porque hace dos semanas no se hacia la teleconferencia semanal. 	
Miércoles 16 Mayo	6:00 p.m.	10:00 p.m.	<ul style="list-style-type: none"> -Logística charla de productividad sobre validar tu carrera, a la cual asistieron 21 personas. 	
Jueves 17 Mayo	9:00 a.m.	1:30 p.m.	<ul style="list-style-type: none"> -Se redactó la sección de eventos para el boletín. -Se tuvo que rediseñar las ubicaciones del boletín, ya que surgieron nuevos patrocinadores. -Se llamó a los 2 nuevos patrocinadores para cuadrar la entrega de las tarjetas de negocios. 	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			-Se realizó una tabla con los patrocinadores de esta edición del boletín para mirar quien debe el diseño y controlar los pagos.	
Viernes 18 Mayo	9:00 a.m.	2:00 p.m.	-Se enviaron por Constant Contact las bienvenidas a los 8 nuevos de las Charlas y 7 nuevos de los desayunos. - Se invitaron estas 15 personas nuevas a las redes sociales de la organización, por medio de un email. -Se le entregó todo el contenido a Hussein para imprimir el boletín.	

Informe semanal Diego Mauricio Garcés

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
Lunes 21 Mayo	9:00 a.m.	1:30 p.m.	-Se imprimió el certificado para charlas de productividad. - Se publicó contenido en Facebook y Twitter, además se invitó a otras 50 personas por intermedio del Facebook de Andrea Rojas. -Se reviso el primer boceto del boletín enviado por Husserin se le hicieron las correcciones pertinentes.	
Martes 22 Mayo	9:00 a.m.	2:00 p.m.	-Hussein envió de nuevo el boletín, este se reviso con Ana Lucia minuciosamente y se le hicieron las últimas correcciones. -Se tuvo una conversación con una de las niñas interesadas en	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			<p>venir a hacer la práctica con Americas.</p> <p>- Se subió al Facebook y Twitter la Imagen del Open House del Citibank y se invitó a la gente a este evento.</p> <p>-Se realizó la teleconferencia semanal de Americas.</p>	
Miércoles 23 Mayo	7:00 a.m.	1:00 p.m.	<p>-Logística desayuno de Weston, al que asistieron 30 personas.</p> <p>-Se escanearon unas Business card que recopiló Fabio A. Andrade, se tabularon y enviaron a Andrea.</p> <p>-Se le enviaron a Hussein algunas recomendaciones para tener en cuenta en el próximo boletín.</p>	
Miércoles 23 Mayo	6:00 p.m.	10:00 p.m.	<p>-Logística charla de productividad sobre neurolingüística, a la cual asistieron 36 personas.</p>	
Jueves 24 Mayo	9:00 a.m.	1:00p.m.	<p>-Se ingresaron a la base de datos de medios, dos nuevos medios de comunicación, además se actualizó esta base y se le envió a Andrea para que se las entregue a las próximas pasantes.</p> <p>-Se revisó con Andrea los resultados de la campaña de Americas con Google Ad Words y se hicieron unas recomendaciones para la próxima campaña.</p> <p>-Se le envió el trabajo de práctica finalizado a Andrea</p>	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			<p>para que le hiciera las correcciones pertinentes.</p> <p>-Se le envió las invitaciones a las redes sociales a los nuevos asistentes de esta semana.</p>	
Viernes 25 Mayo	9:00 a.m.	1:30 a.m.	<p>-Se realizó un invoice para Irene Perry que pidió por su pago en 2 charlas de productividad, estos se imprimieron y se le enviaron por correo.</p> <p>-Se llamó a las 7 personas que faltan por pagar el patrocinio del boletín para cuadrar cómo y cuando se entrega este dinero.</p> <p>-Se enviaron por Constant Contact las bienvenidas a los 5 nuevos de las Charlas y 4 nuevos de los desayunos.</p>	

Informe semanal Diego Mauricio Garcés

FECHA	HORA ENTRADA	HORA SALIDA	ACTIVIDADES	FIRMA
Martes 29 de Mayo	9:00 a.m.	1:30 p.m.	<p>-Se realizaron e imprimieron los certificados de charlas de productividad para el mes de junio.</p> <p>-Se realizó la teleconferencia semanal de Americas</p> <p>-Se hizo la videoconferencia entre Fabio A. Andrade y mi tutora Claudia para ultimar detalles de la práctica.</p>	

Informe de Práctica Profesional- Americas Community Center

			- Se llamó a las personas que deben el patrocinio del boletín de Mayo para cuadra el pago.	
Miércoles 30 de Mayo	7:00 a.m.	1:00 p.m.	-Logística desayuno de Weston, al que asistieron 30 personas.	
Miércoles 30 de Mayo	7:00 p.m.	10:00 p.m.	-Logística charla de en homenaje a todos los voluntarios, a la cual asistieron 34 personas.	
Jueves 31 de Mayo			-Se entregaron todas las copias de los documentos de práctica para continuar con el mismo proceso con los próximos pasantes. -Se llamo a las ultimas 4 personas que estaban debiendo su patrocinio en el boletín. -Se hicieron las últimas recomendaciones a la organización.	

Apéndice No 5

Boletín Americas Contigo primera edicion



AMERICAS
COMMUNITY CENTER

Contigo!

Boletín #1, Américas C.C.
Abril-Mayo 2012

AMERICAS en la inauguración de
El Arepazo 2



Estimados amigos ,

Les doy la bienvenida a Americas Contigo, una publicación que pretende ser el medio de comunicación de Americas, donde pueden conocer más sobre todas las actividades y los personajes quienes nos acompañan en este servicio y trabajo que hacemos para la comunidad, en los diferentes comités.

Americas Contigo vuelve a nacer después de varios años gracias a el joven Mauricio Garces, quien es estudiante de la Universidad de Católica de Pereira (Colombia) y quien lleva adelante su práctica profesional, apoyando y desarrollando proyectos, aquí en Americas Community Center.

La publicación será mensual y sé que cuento con su continuo apoyo para que se establezca como un documento oficial de nuestra organización, para informar a la comunidad de todo lo bueno que está pasando.

Gracias a los patrocinadores y al STAFF de Americas por su contribución para la realización de este primer ejemplar.

Muchas gracias,

Fabio A. Andrade
President & CEO
Americas Community Center




EURO CABINETS
 INTERNATIONAL, LLC
 786.355.2111



Change the way your kitchen looks

Cuando las finanzas se vuelven prioridad**Empresario Del Mes**

Por María Traverso
Especial para ACC

Miramar-Florida. Si bien los números son su "fuerte", Miguel La Salvia se identifica como un consejero que ayuda a empresas y familias a asegurar su futuro y evitar amargas sorpresas que puedan llevar al traste sus sueños.

"Todos tenemos diferentes necesidades para todos hay una solución diferente, dice", dice La Salvia, que se dedica a ayudar a personas y empresas a asegurar su futuro en materia económica.

Tras muchos años de trato diario con empresas y personas La Salvia asegura que lo más importante de su trabajo es informar y educar sobre las opciones que se tienen.

"Venimos de países donde las prioridades son diferentes. Donde los que tienen mucho no se preocupan porque nacieron ricos y sus familias los han asegurado y los pobres no tienen idea alguna de como hacer las cosas", dijo el experto, que nació en Estado Unidos y fue llevado por sus padres venezolanos a Caracas, Venezuela, donde creció y estudió hasta finalizar la secundaria.

Luego regresó a Estados Unidos donde tras graduarse en administración financiera descubrió que lo suyo era ayudar a las personas. Por eso optó por la asesoría financiera desde donde puede orientar sus clientes en como hacer realidad sus sueños con herramientas concretas que permiten planificar un futuro financiero estable para no perderse en el camino financiero.

"El tiempo es el mayor recurso que tenemos. Entre más temprano empezamos más fácil será", dice La Salvia, aunque sabe que no todos comienzan cuando debían. Aún así el experto siempre ofrece una solución.

Seguros y programas de salud, programas para la jubilación, inversiones y banca para empresas y personas están en la cartera de La Salvia.

Si bien pudiese pensarse que contar un "consejero" o asesor financiero es solo para quienes tienen mucho dinero y que sus servicios son caros, la verdad es otra.

"No se necesita mucho dinero para asegurarse un fondo de retiro, lo importante es empezarlo con un ahorro que todos podemos hacer", dice.

La Salvia no cobra por sus servicios que son pagados por las empresas a las que trabaja como "broker".

Es representante de Principal Financial Group, un consorcio que tiene su domicilio en Moines, Iowa y cuya sede para el sur de Florida está en Miramar.

Pero La Salvia va a donde le llamen, casa, negocio u oficina para hacer más fácil la ayuda.

Ana Huguet
Compras

135 Weston Road



735 Weston Road

954.384.8880 Tel.
954.384.2822 Fax
store3989@theupsstore.com
www.theupsstorelocal.com/3989

M-F - 8:00 am - 6:30 pm
Sat - 9:00 am - 2:00 pm

The UPS Store

Compliance Specialists



Owner

tpeter@usamdt.com
www.USAMDT.com/SW_FtLauderdale

USA Mobile Drug Testing of Southwest Ft. Lauderdale
Anyone - Anytime - Anywhere
619 Cascade Falls Drive - Weston, FL 33327
mobile 954-646-7260



ciudad
Weston
newspaper

Bilingual Community Newspaper of Weston

954-385-6808



Minimize costs
project a professional image.

Virtual offices Starting at \$59

We are the best alternative to a traditional office, with all the services of a modern company and at a fraction of the cost.

Our services include:

- Professional business address
- Receive, manage and forward your mail
- Access to the conference rooms
- Dedicated US telephone number with your company greeting
- Calls forwarded to your personal/company phone number anywhere

Visit our website
www.center-ib.com

Come, explore our Virtual Offices.

Tel: (954) 667-6600 2813 Executive Park Drive
Fax: (954) 667-6690 Weston, FL 33331

Un crisol de Culturas

Por: Diego Mauricio Garcés Restrepo
Mauriciog@americascc.org

Historia del Mes

"Para mí lo mío no es ni el tango ni el bolero", palabras con las que describe Gabriel Dardik su actitud frente a lo que dejó atrás en su vida. Se trata de no lamentarse por lo que quedó en el espejo retrovisor y disfrutar de los nuevos retos a los que nos toca enfrentarnos.

Gabriel nació en Buenos Aires Argentina, país donde vivió su niñez y gran parte de su juventud, pues cuando él tenía 18 años, decidió salir de su tierra natal para buscar su futuro en otros países.

Su primera escala fue Israel, donde arribó gracias a que le fue otorgada una beca, la cual aprovechó para graduarse profesionalmente en el área de la economía, obteniendo el título de administrador de empresas en la Universidad de Haifa. Luego decidió emprender otro viaje, esta vez más cercano de su tierra natal, llegando a Caracas Venezuela, lugar en el que residió durante 13 años, en los que inicialmente trabajó en una empresa de telecomunicaciones, para luego presidir una compañía de ingeniería dedicada al sector petróleo, la cual vendió. A partir de allí fue que fundó con unos socios en 1999 una empresa de Mensajería Unificada.

Esta idea lo llevo a convertirse en el año 2000 en uno de tantos inmigrantes latinos en suelo Norteamericano, "este proyecto no dio sus frutos, pues no funcionó como debía, pero lo importante es que logramos venderlo a una compañía muy grande en California, llamada J2 Global Communications, dueños de e-fax", así cuenta Gabriel lo ocurrido con su primer proyecto. "El aprendizaje no me lo quita nadie", afirma.

Al transferir su proyecto, se quedó sin trabajo y como él lo describe tuvo que empezar a reinventarse. "Esta -reinvención se dio entre la casualidad y la causalidad, pues me conseguí con unos brokers de seguros, que me pidieron que los acompañara a América Latina porque no hablaban español y fue así como emprendí múltiples viajes con ellos entre los años 2001 y 2003.

Lo curioso de este caso es que viajando por América Latina fue como encontró su lugar en los Estados Unidos, pues resolvió después de terminar estos viajes, que en Norteamérica estaría su futuro por lo cual decidió sacar la licencia de asesor de seguros de la Florida, siendo reclutado en el año 2003 por una compañía de seguros, para la que sigue trabajando hasta el presente. "Aunque ya había conseguido un trabajo, tenía un problema y era que no conocía a nadie y para alguien que deseaba ser asesor financiero, no poseer una buena red de contactos era un reto adicional. Gracias a un consejo de mi hija Adidi, pude dar un primer paso que a la larga resultaría determinante", es así como Gabriel plantea la manera en que pudo solucionar un problema que es recurrente en los inmigrantes y es el no conocer a nadie al momento de cambiar el lugar en donde vivir.

Como él lo mencionó, su hija, que en ese entonces era una estudiante de High School y estaba vinculada al liderazgo Teens4Teens, el grupo juvenil de Americas Community Center, una organización sin ánimo de lucro que ayuda a los inmigrantes, le recomendó hablar con Fabio A. Andrade, presidente de esta organización para que se involucrara en los Desayunos de Negocios, "fue así como llegué a Americas, exactamente a hacer parte de los desayunos, a los cuales he asistido sin falta desde hace más de 8 años (2003)".

Al principio su relación con Americas era sólo como participante de los desayunos de negocios, pero con el tiempo se involucró mas, llegando a formar parte del comité de los desayunos en el cual también se encontraban excelentes profesionales latinos como: Rafael Lamo, Harold Calle, Pedro Hermida y Jack Vargas. "me involucré en Americas y esto me permitió crecer tanto personal, como profesionalmente. Aprendí que dando uno recibe y esto tuvo un efecto multiplicador que ha permitido que la labor de Americas Community Center y sus miembros llegue silenciosamente a muchas familias de nuestra comunidad."

"En los desayunos de negocios de Americas logré conseguir mis primeros clientes y también pude con el apoyo de Fabio, integrar a la gente, pues él me recomendó usar mis hobbies para esto", por eso Gabriel se ideó la manera de crear un grupo de interacción social alrededor de la práctica de un deporte como el tenis, grupo que nació en un evento en el Weston Tennis Center, donde asistieron 23 personas, no con el fin de competir por un trofeo, sino de divertirse y conocer nueva gente, obteniendo tan buenos resultados que decidieron comenzar a jugar todos los fines de semana en el mismo sitio, práctica que continúan haciendo actualmente, 8 años después.

"Americas Community Center fue el sitio donde me recibieron y me permitieron crecer tanto personal como profesionalmente, allí permanentemente fui aprendiendo y probando conceptos y además conociendo gente. Por lo tanto recomiendo a todos los inmigrantes, venir a Americas, un sitio cálido donde te darán las mejores herramientas para tu crecimiento profesional", esta es la sugerencia que le da Gabriel a las personas que necesitan ayuda para adaptarse a un nuevo estilo de vida o se encuentran en períodos de transición profesional, ya que la organización tiene varias actividades que están hechas por sus miembros y para sus miembros.

Esta es una parte de la historia de Gabriel Dardik una persona, que amalgama un crisol de nacionalidades, porque tiene un poco de cada parte de la que vivió y si se cuentan todos los sitios donde él ha estado y posiblemente donde estará, se podría decir que su personalidad es grande y variada, con diferentes costumbres pero como el enfatiza, con un solo propósito "preocuparse por dar, más que por recibir".

"Everyone deserves Legal protection"



LegalShield
Total access. Total freedom.

Karina Matyisin, Independent Associate
Small Business & Group Benefits Specialist
Direct 954.639.3151
karina@gokarina.com
www.gokarina.com

goSmallBiz
Helping you grow and protect your Business
and Safeguard for Kids




Merchant Processing Solutions
Success Through Meaningful Action

Claudia Mosley
VP of Sales
tel. 866.925.1677 ext 13
cell. 954.560.7548
fax. 866.925.9677
claudia@processmps.com

6499 N. Powerline Road, Suite 208, Fort Lauderdale FL 33309
www.processmps.com

Charla Eucario Bermúdez
 Por: Diego Mauricio Garcés Restrepo
 mauriciog@americasc.org

Eventos

Uno de los precursores de la radio colombiana y quien fuera el primer periodista en Colombia en realizar una transmisión en televisión a color y la primera transmisión vía satélite. El reconocido Eucario Bermúdez, se encuentra actualmente promocionando su autobiografía llamada "el talento no se jubila", sobre la cual se realizó una charla con el apoyo de Americas Community Center, que se llevó a cabo el miércoles 28 de marzo de 2012 en las instalaciones de la Universidad Carlos Albizu, en el Doral (Florida).

El evento contó con una gran asistencia de personas, que fueron no sólo para adquirir el libro del reconocido periodista el cual está a la venta desde el 2011, sino también para sostener una charla amena con el autor y otros artífices de esta obra literaria, pues además de Eucario, en la charla estuvieron William Castaño, editor de esta autobiografía y quien fuera además uno de los fundadores de Americas CC, Ricardo Tribin, amigo de Eucario y Fabio Andrade presidente de Americas CC.

Este grupo de personas, iniciaron la charla con anécdotas alrededor de la vida y obra de Eucario Bermúdez, allí contaron experiencias personales y reconocieron al veterano periodista de origen cafetero, por su apoyo incondicional tanto en la parte laboral como en la parte humana.

Luego de estos comentarios, llego el turno del autor, quien aprovecho para agradecer las palabras de su familia y amigos y después prosiguió contando experiencias de su vida profesional, las cuales están incluidas en su libro, como por ejemplo el origen del título de esta autobiografía, el cual salió de un reportaje que le hizo el periodista Orlando Cadavid sobre sus 52 años de vida profesional, que llevo el mismo nombre " el talento no se jubila", frase que describe perfectamente la historia de una leyenda del periodismo que se encuentra y seguirá vigente.

El evento continuó con un espacio donde los asistentes le hicieron preguntas a Bermudez, sobre temas del libro y su vida profesional. Para terminar William Castaño, aprovecho la ocasión para invitar a los participantes a comprar el libro, invitación que Americas Community center hace extensiva a todas las personas para que adquieran esta excelente obra literaria que no sólo reconoce a su autor sino que cuenta la historia del periodismo colombiano y su alcance mundial.



SAW Signs at WESTON
 Business Essentials
 Large Format Printing
 Promotional Items

Hussein El Fakih Office: 954-306-4243
 info@signsatweston.com
 2950 Glades Circle #8, Weston, FL 33327

www.signsatweston.com

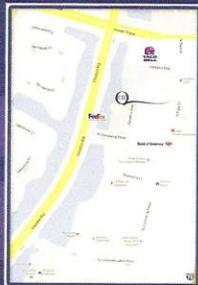
CH QUINTACH
 Laboratorio Clínico **Calidad, Rapidez y Confidencialidad!**
 No se requiere orden medica.

Centro de Toma de Muestras para Exámenes de Laboratorio Clínico

- Sangre • Colesterol • Artritis
- Test Hormonales y de Tiroides • Orina y Heces
- Paneles Masculino y Femenino • Drogas
- Glucemia y A1C

Weston Business Center
 1500 Weston Rd, Site # 200-5 Weston, Fl 33326
 (954) 449 8707 - quintach@quintach.com
www.quintach.com

GARANTIZAMOS LOS PRECIOS MAS BAJOS EN WEST BROWARD



AMERICAS
 COMMUNITY CENTER
 PEOPLE WORKING TOGETHER

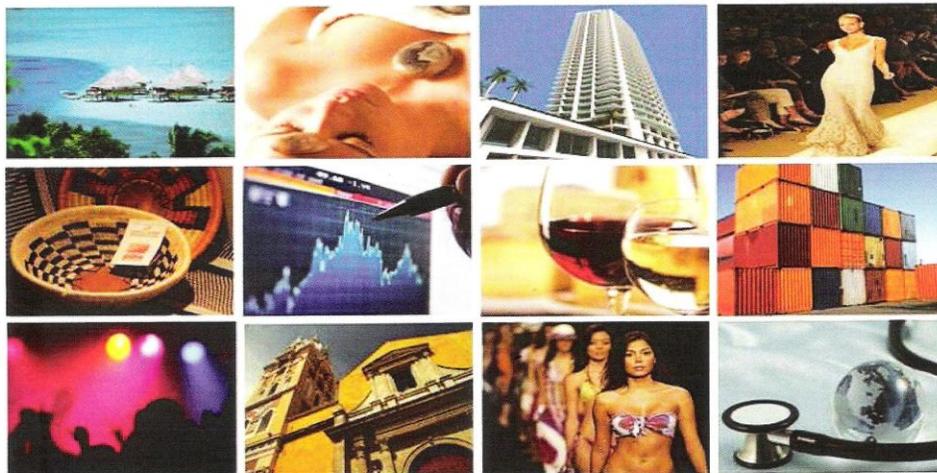
Próximos Eventos

EXPOCOLOMBIA

IV edición

Internacional de Miami

enlacecomercialdelasaméricas



turismo finanzas bienes raíces

logística belleza y salud educación

moda bebidas y alimentos artesanías tecnología



MIAMI AIRPORT CONVENTION CENTER

711 NW 72ND AVE MIAMI, FL 33126

Abril 20, 21 Y 22

atrocinan:



ivitados:



Apoyan:



Organiza:



305 599 0024 | info@expocolombiainternacional.com | www.expocolombiainternacional.com

MAYO



7:00 PM



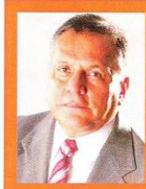
MAYO 2, 2012
ANDRES CORTES
ESTIMULO, COMPRA Y EXPERIENCIA
 Ganado el momento cero de la verdad



MAYO 16, 2012
MARCELA GOMEZ
VALIDA TU PROFESION, ROMPE EL MITO



MAYO 9, 2012
ELIZABETH AYALA
LA RENDICION O SOLTAR Y DEJAR IR



MAYO 23, 2012
GUILLERMO VILLA
DIME COMO HABLAS Y TE DIRE QUIEN ERES



American Intercontinental University
 2250 N Commerce Parkway
 Weston Fl 33326



PROSALUD
SALUD & VIDA



sabiapartners
Alianza Global de Empresarias Sabias™



SAW
Signs at WESTON

Ministerio de Parejas
Tobías y Sara
www.tobiasysara.com

Parroquia
St. Maximilian Kolbe
 Presentan...

Venta de Boletos:
www.eventbrite.com
Oficina Parroquial:
St. Maximilian Kolbe
 701 North Hiatus Road
 Pembroke Pines, Fl. 33026
 Informes:
 (954) 647-0455

Conferencias

Dr. Cesar Lozano

Jueves 3 de Mayo, 2012 | 8:00pm
MUJERES DIFICILES
Hombres Complicados PARTE 2

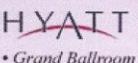




DOUBLE TREE
 • Royal Ponciana Ballroom

711 NW 72nd Avenue
 Miami, Florida 33126
 Preventa: \$25, Taquilla: \$30

Viernes 4 de Mayo, 2012 | 8:00pm
ACTITUDES POSITIVAS



HYATT
 • Grand Ballroom

250 Racquet Club Road,
 Weston, Florida 33326
 Preventa: \$25, Taquilla: \$30

NETWORKING INVITATION

BUSINESS 2 BUSINESS BREAKFAST



AMERICAS
COMMUNITY CENTER
PEOPLE WORKING TOGETHER

Every Wednesday at:
WESTON
7:45 am - 9:30 am
Rick Case Honda
15700 Rick Case Way
Weston, FL 33327



Todos los Jueves:
DORAL
7:45 am - 9:30 am
2173 NW 99th Avenue
Miami, FL 33172



Información:
andrea@americas.org
954-323-9526

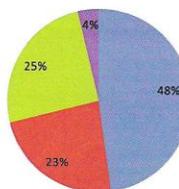
Networking is \$10, Breakfast is Free!

WWW.AMERICASCC.ORG



AMERICAS
COMMUNITY CENTER
PEOPLE WORKING TOGETHER

Nuestras Estadísticas Marzo/Abril 2012



Desayuno Negocios Weston	156
Desayuno Negocios Doral	76
Charlas Productividad	82
Pro Bono Consultas	12

Aprendamos Juntos



Charlas
DE PRODUCTIVIDAD
People Learning Together



American Intercontinental University
2250 N Commerce Parkway
Weston, FL 33326

Miercoles 7:00 PM



UNETE A NOSOTROS

Información:
andrea@americas.org
954-323-9526
www.americas.org



DESCUBRE EL PODER DE LA INFORMACION



Asesoría Legal Gratuita



Consultas sobre:

- Derecho Laboral
- Ejecuciones Hipotecarias (Foreclosure)
- Inmigración
- Operaciones y Contratos Comerciales
- Daños Personales (Personal Injury)
- Derecho de Familia: Pensión (Alimony), Divorcio
- Temas de arriendos (Landlord-Tenant)
- Litigios Comerciales



CIB
Center for International Business
EXECUTIVE OFFICES

Adicionalmente, información sobre:

- Planificación de protección legal para familias y empresas
- Protección contra Robo de Identidad

Abogados calificados donarán su tiempo en beneficio de miembros de la comunidad para atender consultas en forma gratuita y confidencial.

www.americascc.org

Llame al número telefónico 954-323-9526 para coordinar una cita en las oficinas de Americas Community Center ubicadas en el 2813 Executive Park Drive, Suite 109 Weston, FL 33331 (Center for International Business)

Los abogados participantes en este programa donarán su tiempo para responder preguntas básicas respecto de distintas áreas. Esta asesoría gratuita no constituye la contratación de un abogado por parte de aquellos beneficiarios del programa que así lo requieran.

Grand Opening Event!

At the PNC Weston Branch

Saturday • May 5 • 10-2



FREE MONEY

No strings attached.

That's right. Starting at 10am, our branch staff will be handing out envelopes to our first 100 guests containing either a \$1, \$5, \$10, \$20, \$50 or \$100 dollar bill!

ENTER TO WIN

Ask how you can enter for a chance to win a Char-Broil Gas Grill & Gift Basket.



JOIN THE FUN:

- > FREE Food
- > Live DJ
- > Moonbounce
- > Caricaturists
- > Face Painter
- > Balloon Artist
- > Kid's Craft Corner
- > PNC Prize Wheel
- > FREE Novelty Photo Favors
- > PNC's Grow Up Great Station
- > Performance at 12pm by Weston Dance Academy
- > Games on Wheels - Mobile Video Game Theater
- > Centrix
- > Gridiron Club
- > Live Well Chiropractic
- > Carolina Ale House
- > Performance at 1pm by CasaSalsa

EVENT PARKING - Additional parking will be available behind the branch at Ultimate Software.

Be sure to stop by.
PNC Weston Branch
 16250 Indian Trace
 (on the corner of Indian Trace & Weston Road)
 Weston

Call: 954-306-5894

Great Hours

Lobby: M-Th 9-4 • F 9-6 • Sat 9-1
 Drive-Thru: M-F 8-6 • Sat 9-1

GET UP TO
\$150
 FROM PNC!
 Take advantage of one, two or three rewards.

- Get \$50 when you open a select new PNC Personal Checking Account with qualifying direct deposit.
- Get \$50 when you make purchases with your PNC Bank Visa® Check Card.
- Get \$50 when you use our free Online Bill Pay.



1. One envelope per family. Must be 18 years or older to receive an envelope. Any and all tax liability is the responsibility of the recipient. Void where prohibited by law. Limited quantities. Available while supplies last. PNC Bank employees and their immediate family members are not eligible to receive an envelope. See official rules at the PNC Bank Weston Branch. 3. New personal checking account must be opened between 4/1/12 and 5/31/12. 2. No purchase or transaction necessary to enter or to win. To qualify for a \$50 direct deposit reward, a qualifying check Card must be issued to you and at least 10 purchases or Performance Select Checking Account, or the Spend Award, a minimum of 5 payments must be completed via direct deposit to your PNC Bank Visa® Check Card. To qualify for a \$50 Bill Pay reward, a minimum of 5 payments must be completed via direct deposit to your PNC Bank Visa® Check Card. To qualify for a \$50 Direct Deposit reward, a minimum of 5 payments must be completed via direct deposit to your PNC Bank Visa® Check Card. New account will not be eligible for this offer if any signer has signing authority on an existing PNC Bank consumer checking account or has closed an account within the past 90 days. For this offer signing authority will be defined by the customer name(s) and social security number(s) registered on the account. PNC Bank customers with an existing consumer checking account are not eligible for this offer. In the event that we determine in our sole discretion that your account does not meet the eligibility criteria or the activity on your account does not qualify as a Qualifying Direct Deposit, we will not be obligated to credit your account with the payout. ©2012 The PNC Financial Services Group, Inc. All rights reserved. PNC Bank, National Association. Member FDIC. [27355A] Char-Broil® is a registered trademark and is not a participant or sponsor of this promotion.



AMERICAS
 COMMUNITY CENTER

PEOPLE WORKING TOGETHER

BOARD OF DIRECTORS

Fabio A. Andrade
 President & CEO

Daniel Hurtado
 CFO

Nelson Carmenates

Harold Calle

Tatiana Eyzaguirre

Richard Bustillo

Gabriel Neira

VOLUNTEERS

- Miguel Lasalvia
 Doral Committee

- Karina Matyisin
 Weston Committee

- Dr. Laureano Chileuitt
 Physicians Committee

- Pilar Gers

- Carlos Arturo Rivera

- Julio Patiño
 Marketing Advisor

- Gabriel Dardik
 Americas Golden Awards

- Juan Manuel Gers
 Colombian Committee

- Pedro Mena
 Venezuelan Committee

- Andrés Vargas
 Booklet Designer

- Julia Guerrero
 Sales

- Diego Mauricio Garcés
 Intern Communications

- Giraffe Ideas
 Marketing

STAFF

Ana Lucia Perez
 Florida Coordinator

Andrea Rojas
 Colombia Coordinator

Diego Franco
 Web Page

Tel: 954 323 9526

WWW.AMERICASCC.ORG

Apéndice No 5

Boletín Americas Contigo segunda edición



AMERICAS
COMMUNITY CENTER
PEOPLE WORKING TOGETHER

Boletín #2 Americas C.C.
Mayo-Junio 2012

**DECENAS ACUDEN A DESAYUNO DE AMERICAS C.C.
CON FUNCIONARIOS DEL EJE CAFETERO**

Por María Travieso

Casi un centenar de empresarios del sur de Florida, participaron en el desayuno semanal que Americas Community Center (ACC) realiza todos los jueves en la ciudad de Doral. Los importadores y exportadores que acudieron a la universidad Carlos Albizu, sede de los desayunos, escucharon a un grupo de funcionarios colombianos del llamado “eje cafetero” que llegaron a Miami para participar en ExpoColombia 2012 que se realizó del viernes 20 al domingo 22 en Miami Airport Convention Center. Los gobernadores de Quindío Sandra Paola Hurtado, de Caldas Guido Echeverri Piedrahita y la alcaldesa de Armenia Luz Piedad Valencia Franco hablaron a la audiencia sobre el desarrollo, vivienda, turismo infraestructura en materia de vías de comunicación, tecnología y otros aspectos que hacen atractivo invertir en Caldas Quindío y Armenia. La implementación del Tratado de Libre Comercio (TLC) y las posibilidades para los locales de participar ocupó buena parte de la cita que por casi tres horas reunió a los interesados en uno de los salones de conferencia del centro universitario.

Los asistentes tuvieron la oportunidad de hacer preguntas, compartir sus experiencias y pedir consejos de cómo incrementar su presencia en la región. Fabio Andrade, director ejecutivo de ACC se mostró muy satisfecho de la respuesta de los empresarios locales que se hicieron presentes en el desayuno resaltando que uno de los objetivos básicos del grupo que preside es precisamente “facilitar el intercambio y los negocios entre empresarios latinoamericanos del sur de Florida en especial los colombianos”.

Contigo!



El presidente de Americas Fabio A. Andrade acompañado de la delegación del eje cafetero para Expo Colombia.



Algunos de los voluntarios de Americas en Expo Colombia: Carlos A. Rivera, Jorge Cardenas, Luz Bueno y Antonio Ciucolini, acompañados por Fabio A. Andrade y la comisionada del Condado de Miami, Linda Bell.

 **EURO CABINETS**
INTERNATIONAL, LLC
786.355.2111



Change the way your kitchen looks

EDITORIAL



Dear friends of
Americas Contigo,

This monthly newsletter is going to be our direct communication tool with you so that we can keep you informed of everything that is happening within our organization. To ensure the monthly publication of **Americas Contigo**, I kindly ask you to please call and use the services or products of the companies in Americas that are supporting this publication. They are companies that have an excellent track record with us and people we work very closely with week after week at our networking events and we highly recommend them to you. I would like to hear what articles you would like to see published with **Americas Contigo** and we hope that your company profile will be highlighted by our Intern, Mauricio Garces, in his University project this semester surrounding **Americas Contigo**. I wish all of our great MOTHERS at Americas a beautiful and a great Mothers day MONTH!

Best regards,

Fabio A. Andrade
President & CEO
The Americas Community
Center

COLUMNA DE SUPERACION
LA IMPERFECCIÓN

Por: Carlos A. Rivera



"La imperfección que veas en otros esta en ti"

Cuando aceptamos con amor que somos imperfectos estamos ingresando al camino de la perfección.

No se debe entender la imperfección como una disculpa para justificar nuestros errores o equivocaciones mucho menos. El camino de la perfección está lleno de rosas, con perfumes, aromas y colores, pero las rosas tienen espinas.

Cuando expreso o pienso que soy imperfecto desde un espacio de superación o elevación, me ayuda a hacer mejor las cosas y lograr mejores resultados. Como nos dice Pearl Buck "El afán de la perfección hace a algunas personas insoportables". Claro se van al otro extremo queriendo esconder o tapar su condición de imperfecto con actuaciones o comportamientos de no aceptación de errores o equivocaciones por ningún motivo. El camino de la perfección está lleno de eso, pero acompañado de la ley de aprendizaje. Cuando aceptamos y aprendemos de nuestros errores, ello hace parte del camino del éxito y la superación.

Aceptar nuestras imperfecciones con comprensión y tolerancia, nos conduce a experimentar cierta libertad o liberación de una especie de camisa de fuerza que es tratar de que todo nos salga perfecto, para despertar admiración o aprobación de los demás. Cuando hay bajo autoestima o inseguridad, generalmente se trata de demostrarle a los demás de que todo lo que hacemos es perfecto. Viven cansados o angustiados tratando de tapar el sol con las manos, tapando las imperfecciones que pertenecen a la naturaleza del ser humano.

"El hombre todo lo perfecciona en torno suyo. Lo que no hace es perfeccionarse a sí mismo" Jean Baptiste; es la tendencia general en el mundo intelectual, físico, cultural, técnico, social o profesional. El afán de que todo a mi alrededor este perfecto, así mis defectos y debilidades me estén afectando mi vida personal. El camino de la perfección del hombre, es el camino al corazón de Dios. El quiere cooperarnos en este recorrido, pero lo que hacemos es estorbarle cuando nos creemos perfectos, junto con un ego agigantado.

Carmenates Law Firm P.A.

Business, Accidents, Immigration,
Family, Insurance, and Bankruptcy

Nelson Carmenates, Esq.
ATTORNEY AT LAW



1414 NW 107 Ave. Suite 410
Miami, Florida 33172
Phone: 786 999 6472
Fax: 786 999 6473

www.carmenateslaw.com
nelson@dacalaw.com



AMERICAS
COMMUNITY CENTER
PEOPLE WORKING TOGETHER

Microsoft Certified
Professional
Systems Engineer
Microsoft
CERTIFIED
Solution Developer

ADVANCE TECHNOLOGY SYSTEM

Computer Repair & Solution
Commercial & Residential Services
Best Service and Price



Roger Rodriguez
8181 NW 36 ST #200
DORAL, FL 33166
(305) 726-4922
roger@mypcusa.com
www.mypcusa.com

EMPRESARIO DEL MES
TODAS LAS SOLUCIONES BAJO UN MISMO TECHO

Por María Traverso
 Especial para ACC



Weston-Florida. Una parte básica de todo negocio es dar a conocer los bienes y servicios que ofrecemos y para ello la publicidad es fundamental.

Esto lo sabe perfectamente Hussien El Fakih Rodríguez quien desde su negocio SAW (Signs at Weston) ofrece a sus clientes todas las posibilidades bajo un mismo techo de llevar el mensaje a muchas personas ahorrando tiempo y dinero a sus clientes.

No importa si lo que buscan son tarjetas de negocios o de presentación, "banners" para una exposición, magnetos para automóviles o artículos propagandísticos como lapiceros, agendas, calendarios, llaveros, etc., todo lo encuentra en SAW.

El Fakih apellido de su padre que quiere decir el maestro en sirio, tiene un negocio especializado en Weston que desde 2009 ofrece todo tipo de artículos para las empresas y negocios en un solo lugar.

"El que viene aquí no tiene que ir a otra parte, porque si nosotros no lo fabricamos lo subcontratamos, dice El Fakih al referirse a otras mercancías como gorras, camisetas que no se producen en su negocio ubicado en el 2950 Glades Circle en Weston.

Nacido en Venezuela de padre sirio y madre venezolana, El Fakih es ingeniero en sistemas, que creció en Mérida, ciudad que abandonó hace algunos años tras la llegada al poder de Hugo Chávez.

"Vimos lo que nos venía y decidimos probar suerte en el sur de Florida. Hicimos de Weston nuestro hogar y decidimos no sólo vivir en esta ciudad sino construir nuestro negocio aquí", dice el ingeniero católico de 43 años de edad, casado y con una hija de once.

Para El Fakih la relación de su negocio con Americas Community Center ha sido fundamental.

"Un 50 por ciento de nuestra clientela viene directa o indirectamente de ACC; nos dijo en una entrevista especial para esta edición de ¡Americas Contigo!

El recordó como fue en una iglesia católica local dónde se enteró de la labor comunitaria de ACC. "Escuché al doctor Roberto Infante contar que lo que hacían, me gustó porque hablaban español y decidí averiguar más e involucrarme en su tarea. No me arrepiento", agregó.

El empresario venezolano siempre ha sido independiente y cuando decidió probar suerte en el Sur de Florida recordó aspectos importantes de sus negocios anteriores.

"En Venezuela comprendí que no importa lo que hagan las personas o que tipo de negocios tengan, todos tienen algo en común: necesitan darse a conocer y para ello acuden a lugares de artes graficas se trate de tarjetas de presentación, avisos luminosos o carteles, ese es el denominador común", agregó.

Vea la historia completa de El Fakih en nuestro Web: www.americascc.org.

mariatraverso@gmail.com

www.americascc.org / Phone: 954.323.9526

HISTORIA DEL MES
LO QUE SE HEREDA, NO SE HURTA

Por: **Diego Mauricio Garcés Restrepo**
Mauriciog@americascc.org



“Mi mamá me marcó a mí y me ayudó a marcar a mis hijas”, estas son las palabras que describen la vida de Luz Marina Triana, una bogotana de nacimiento, quien fue criada junto a sus dos hermanos por su madre, a la cual con brillo en sus ojos y una gran sonrisa describe como “una mujer trabajadora, que no era la típica ama de casa ocupada en las labores del hogar, sino en labores empresariales”.

En su niñez, Luz Marina o Lucy como es conocida actualmente, vio como su padre se ausentaba constantemente, dejando a su madre a cargo del hogar, “por esto fue que yo no aprendí a cocinar o bordar sino a estudiar, trabajar y ser pujante”. En su juventud, al terminar sus estudios secundarios en el colegio Ateneo Comercial, tomó la decisión de no estudiar una carrera universitaria y prefirió estudiar secretariado comercial y simultáneamente aprender inglés y francés.

A sus 21 años, ya habiendo terminado sus estudios, empezó a trabajar como secretaria y así conoció a su Esposo Carlos Cristancho, con el cual decidió contraer matrimonio “a escondidas” y “escaparse” para los Estados Unidos, para vivir una unión que a los ojos de su padre no era bien vista, pero de igual manera se llevó a cabo dando como fruto dos hijas, Carolina y Karina.

“Llegué a los Estados Unidos a hacer de todo con apenas la mayoría de edad cumplida, hasta trabajé de mesera, pero luego gracias a mis bases en inglés pude conseguir trabajos como secretaria”. Al tiempo de residir en Norteamérica, Lucy y su esposo regresaron a Colombia mientras se tramitaban sus visas de residentes, tiempo que se alargó más de lo esperado, tanto así que decidieron vivir en Venezuela donde su esposo tenía familia. Allí Lucy trabajó como secretaria Bilingüe del hotel Caracas Hilton.

Estando en Caracas, el trámite de la Visa terminó y volvió con toda su familia a los Estados Unidos. Al principio estuve trabajando en un hotel en la playa como Supervisora del Departamento de Reservas, y durante los siguientes 20 años trabajé como Representante y Gerente de Ventas en diferentes empresas.

En el 2003 decidí empezar un plan “B” como Asociada de Prepaid Legal Services lo que eventualmente se convirtió en su ocupación permanente.

Cuenta Lucy que en el 2004 y “gracias a la recomendación de mi vecino Agustín Ranguni, conocí los Desayunos de Negocios de Americas Community Center, lo cual fue clave en darme a conocer en Weston y El Doral. Con constancia y disciplina y a través de los años he logrado no solo unas excelentes relaciones de negocios pero también he hecho grandes amistades. Hoy no solo continuo asistiendo a los Desayunos de Negocios de Americas sino que cuando mi hija Karina Matyisin decidió independizarse también como Asociada de Prepaid Legal Services y me pidió consejo como empezar a promover su negocio, lo primero que hice fue invitarla a participar también de estos desayunos y para mi orgullo Karina se ha convertido en una voluntaria muy activa de Americas Community Center”.

AlternaBit
Integrating Business Online

Antonio J. Ciuccolini
Director of Web Development

954.446.5316
antonio@alternabit.com
www.alternabit.com

web design & development | hosting | mobile
e-commerce | seo | google apps | business apps



Trámites Consulares

Tel: 001-954-5985206
59-212-7204629
leoneliz@hotmail.com
www.tramitesconsulares.com
1500 Weston Rd. Ste. 200-31
Weston, Florida 33326

Elizabeth C. León León
B.A. International Business Administration



Notary Public - Apostilles - Traducciones - CADIVI - Servicios de Pasaporte & Visa



JOEL FRIEND & ASSOCIATES
TAXES • ACCOUNTING • CONSULTING

JOEL FRIEND

TEL: 954.704.1040
FAX: 954.659.8803
EML: joel@joelfriend.com
URL: www.joelfriend.com
2863 Executive Park Drive, Ste. 105
Weston, Florida 33331-3647



AMERICAS
COMMUNITY CENTER
PEOPLE WORKING TOGETHER



Merchant Processing Solutions
Success Through Meaningful Action

Claudia Mosley

VP of Sales
tel. 866.925.1677 ext 13
cell. 954.560.7548
fax. 866.925.9677
claudia@processmps.com

6499 N. Powerline Road, Suite 208, Fort Lauderdale FL 33309
www.processmps.com

www.americascc.org / Phone: 954.323.9526

EVENTOS

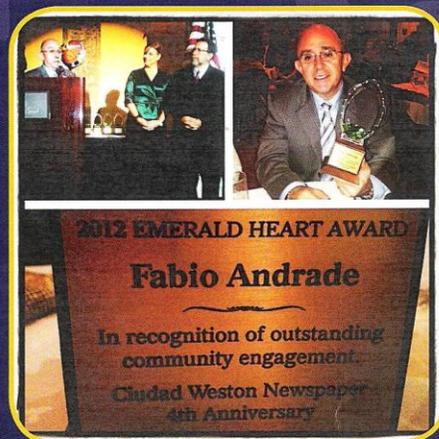


AMERICAS
COMMUNITY CENTER
PEOPLE WORKING TOGETHER

Weston, Florida- El pasado Jueves 3 de mayo de 2012, el periódico comunitario bilingüe, Ciudad de Weston Newspaper, estuvo celebrando su 4to Aniversario con coctel y un gala de premios, donde Reconocieron con un "Emerald Heart Award" a Líderes Comunitarios del sur de la Florida, que se destacaron por su dedicación y trabajo en pro de la comunidad.

Fabio A. Andrade, presidente de Americas Community Center, fue uno de los galardonados de la noche con un "Emerald Heart Award", reconocimiento que se le fue entregado por la continua labor que realiza su organización en beneficio de los empresarios del sur de la Florida.

Otros de Los Nominados ganadores fueron: Pollie Wilkie, Fundadora del Prestige Club; Al Otero, Presidente del Global Business Council; Mercedes Henriksson, Comisionada de la Ciudad de Weston; Patricio Muñoz, de Telemundo Canal 51; Josie Bacallao, de Hispanic Unity of Florida; Mercedes Soler, de Noti- Mujer CNN en Español; Linda Gómez, ex Presidente de Mujeres Latinas y Mónica Arroyo, Directora de West Broward Counseling.



14 JULIO 2012

4:00 PM - 11:00 PM

WESTON

TOWN CENTER



PRESENT



Jhon Onofre y 4 Palos



Live music, food, games, raffles and much more for kids 1 to 100!

A day to be with family and all your friends.

Reserve your booth NOW

Information: 954 323 9526 - 954 394 1811

www.americascc.org / Phone: 954.323.9526

JUNIO



CharlaS
DE PRODUCTIVIDAD
PEOPLE LEARNING TOGETHER

7:00 PM




JUNIO 6, 2012
COMO MOTIVAR A SU GENTE PARA LOGRAR UN EQUIPO GANADOR
GILBERTO PINZON - ANA MARIA FERNANDEZ



JUNIO 20, 2012
COMO ENFRENTAR Y SOLUCIONAR PACIFICAMENTE LOS CONFLICTOS FAMILIARES Y PERSONALES
OSCAR FRANCO



JUNIO 13, 2012
COMO RETIRARSE LIBRE DE IMPUESTOS
GERARDO REYES



JUNIO 27, 2012
FORMULAS PARA VIVIR MEJOR CONTIGO Y CON LOS DEMAS
CARLOS ARTURO RIVERA



Phanor Calle, MD
Weston Medical Clinic
Cosmetic Center
www.westonclinic.com

American Intercontinental University
2250 N Commerce Parkway
Weston FL 33326



SAW
Signs at WESTON



sabiapartners
Alianza Global de Empresas Sabias



PROSALUD
SALUD & VIDA

Compliance Specialists



Terry Peter
Owner

tpeter@usamdt.com
www.USAMDT.com/SW_FtLauderdale

USA Mobile Drug Testing of Southwest Ft. Lauderdale
Anyone - Anytime - Anywhere
619 Cascade Falls Drive • Weston, FL 33327
mobile 954-646-7260

H&R BLOCK

- Accountant and Payroll Services
- Corporate Income Tax
- Personal Income Tax
- Representation before the IRS
- Tax Planning

Alexis Lamadrid
Franchisee

300 S Pine Island Rd Ste 243
Plantation, FL 33324
Tel 954.727.9771 Fax 954.727.9773
alexis.lamadrid@hrblock.com
www.hrblock.com

Is your website working for you?

Build your business a web site.

Starting @ \$600 including e-commerce

Centrix does websites that work!

To have a successful website you need to:

- ✓ Have a good website (We do website design)
- ✓ Have traffic to it (We do Search Engine Optimization)
- ✓ Constantly deliver new content of value to that traffic (We teach you how to control your website)
- ✓ Do all of the above at a very low cost. (we've done it since 1995!)

centrix
Websites that work
www.centrix.com

That's what we deliver! Call NOW! 785-CENTRIX (236-8749)

Team VALARE

Somos los Especialistas en Importación & Exportación.

Servicios:

- Carga Aérea
- Carga Marítima
- Carga Marítima Express
- Carga Consolidada
- Provedoria Industrial y Comercial
- Servicios de Logística
- Flotilla de despacho propia en Venezuela

Localizamos cualquier producto que su empresa o industria requiere, de los Estados Unidos o China, y se lo colocamos hasta la puerta de su negocio.

954-389-2584 / 954-297-7246

NETWORKING INVITATION

BUSINESS 2 BUSINESS BREAKFAST



AMERICAS
COMMUNITY CENTER
PEOPLE WORKING TOGETHER

Every Wednesday at:
WESTON
7:45 am - 9:30 am
Rick Case Honda
15700 Rick Case Way
Weston, FL 33327



Desayunos de Negocios
todos los **miércoles**
en **Weston**



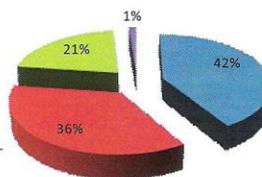
Información:
andrea@americascc.org
954-323-9526

Networking is \$10, Breakfast is Free!

WWW.AMERICASCC.ORG



NUESTRAS ESTADISTICAS (Abril/Mayo) Total de asistentes



- Desayuno de Negocios Weston (176)
- Desayuno de Negocios Doral (152)
- Charlas de productividad (91)
- Pro bono (5)

TESTIMONIOS

Mi empresa empezó en Venezuela pero necesitábamos entrar a competir aquí en Miami y estos desayunos de negocios fueron el impulso que nos permiten darnos a conocer de manera correcta...el éxito está en asistir semanalmente, pues cada desayuno en Americas es distinto, porque constantemente entran nuevas personas y empresas con las cuales se puede construir relaciones personales y profesionales. *Antonio Ciuccolini*

En las charlas de productividad, Americas trae conferencistas para diversos temas, que son muy importantes y con vigencia... además aquí tienen muy claro los objetivos y se respeta al asistente porque las charlas inician y se acaban a tiempo... y lo bueno es que al final de cada charla sientes que realmente aprendes, por esta razón invito a todo la gente a que asista. *Maria Elfenbein.*

El fan page de Americas en Facebook, es un excelente medio conocer de primera mano los programas que ofrece la organización... los felicito por su labor. *Claudia Cano*



Asesoría Legal Gratuita



Consultas sobre:

- Derecho Laboral
- Ejecuciones Hipotecarias (Foreclosure)
- Inmigración
- Operaciones y Contratos Comerciales
- Daños Personales (Personal Injury)
- Derecho de Familia: Pensión (Alimony), Divorcio
- Temas de arriendos (Landlord-Tenant)
- Litigios Comerciales

Adicionalmente, información sobre:

- Planificación de protección legal para familias y empresas
- Protección contra Robo de Identidad

www.americascc.org

Llame al número telefónico **954-323-9526** para coordinar una cita en las oficinas de Americas Community Center ubicadas en el **2813 Executive Park Drive, Suite 109 Weston, FL 33331** (Center for International Business)

Los abogados participantes en este programa donarán su tiempo para responder preguntas básicas respecto de distintas áreas. Esta asesoría gratuita no sustituye la contratación de un abogado por parte de aquellos beneficiarios del programa que así lo requieran.

www.americascc.org / Phone: 954.323.9526

BOARD OF DIRECTORS

Fabio A. Andrade
President & CEO

Daniel Hurtado
CFO

Nelson Carmenates

Harold Calle

Tatiana Eyzaguirre

Richard Bustillo

Gabriel Neira

VOLUNTEERS

- **Miguel La Salvia**
Doral Committee

- **Karina Matysin**
Weston Committee

- **Dr. Laureano Chiluitt**
Physicians Committee

- **Pilar Gers**

- **Carlos Arturo Rivera**

- **Julio Patiño**
Marketing Advisor

- **Gabriel Dardik**
Americas Golden Awards

- **Juan Manuel Gers**
Colombian Committee

- **Pedro Mena**
Venezuelan Committee

- **Andrés Vargas**
Booklets Designer

- **Julia Guerrero**
Sales

- **Diego M. Garcés**
Intern Communications

- **Girafe Ideas**
Marketing

STAFF

Ana Lucía Perez
Florida Coordinator

Andrea Rojas
Colombia Coordinator

Diego Franco
Web Page

PROGRAMA DE INFORMACION:
«EVOLUCIÓN CON-CIENCIA»
Desarrollo de Conciencia

Hacia el encuentro con el alma,
Reinterpretando nuestro cuerpo.

www.sanacionbioenergetica.com

El Desarrollo de conciencia, desarrollo personal, evolución, iluminación, autorrealización, diferentes formas de llamar el camino hacia El Ser, que en términos prácticos es, armonizar nuestras experiencias en los cuerpos: Emocional, Mental, Espiritual y Físico.

Se ha preguntado: ¿Qué quiere decir la conciencia a través de la enfermedad?, ¿de las relaciones que establecemos?, ¿del desarrollo de nuestra economía?

Puede ser aplicado también al desarrollo y consolidación de las empresas, éstas reflejan el nivel de conciencia de los individuos que las conforman.



EDGAR DUQUE -
Coaching Espiritual
Motivador - Conferencista.
Entrevistas medios de comunicación



Conferencias y Acompañamiento en procesos de Planeación Estratégica Sistémica y Liderazgo Consciente.

Eduque L&S Llc.

www.sanacionbioenergetica.com
eduque@sanacionbioenergetica.com

SERVICIOS EN:

- Coach empresarial para la Planeación Estratégica Sistémica y Liderazgo Consciente.
- Psicogenealogía y Diseño del Plan de vida.
- Constelaciones Familiares.
- Descodificación Biológica de las Enfermedades.
- Psico-astrología.
- Terapias vibracionales: Reiki, Cromoterapia, Esencias Florales de Bach.

Liámenos para atenderlo con gusto,
Móvil sur de la Florida: 954.513.8838



AMERICAS
COMMUNITY CENTER

PEOPLE WORKING TOGETHER



[Facebook.com/americascc](https://www.facebook.com/americascc)



[@americascc](https://twitter.com/americascc)



[The Americas Community Center](https://www.linkedin.com/company/americascc)



www.americascc.org



954.323.9526