

**PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN DE PIEZAS DE COMUNICACIÓN
AUDIOVISUAL CORPORATIVAS PARA EL SECTOR EMPRESARIAL.**

JUAN SEBASTIÁN VALENCIA NIÑO

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA- SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
FLORIDABLANCA/SANTANDER**

2014

**PRODUCCIÓN Y POSTPRODUCCIÓN DE PIEZAS DE COMUNICACIÓN
AUDIOVISUAL CORPORATIVAS PARA EL SECTOR EMPRESARIAL.**

JUAN SEBASTIÁN VALENCIA NIÑO

Trabajo de grado para optar al título de Comunicador Social- Periodista

Trabajo de grado modalidad Pasantía

SUPERVISOR DE PASANTÍA

FIDEL EDUARDO SÁNCHEZ.

REALIZADOR DE CINE Y TELEVISIÓN

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA - SECCIONAL BUCARAMANGA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO

FLORIDABLANCA/SANTANDER

2014

Nota de aceptación:

Firma del presidente del jurado

Firma del jurado

Firma del jurado

Bucaramanga, marzo 13 de 2014

DEDICATORIA

Dedico mi título como profesional a mi madre Socorro Niño Duarte y a mi padre Álvaro Valencia Rivero. A mis padres les agradezco el apoyo brindado a lo largo de mi carrera profesional, la educación y formación como persona de principios y valores, y el amor incondicional que me han demostrado en buenos y malos momentos. De igual manera, dedico y agradezco a mis hermanos Jhon Jairo Valencia Niño y Andrés Julián Rueda Niño por ser ejemplos de compromiso, dedicación y profesionalismo; por la ayuda económica para culminar mis estudios y por la compañía en mis logros y triunfos.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, a mis padres y hermanos por el apoyo y por la oportunidad de estudiar y de obtener mi título de Comunicador Social Periodista de la Universidad Pontificia Bolivariana, por ser los guías en este proceso de vida, y por ser mi familia y motor de compromiso, respeto, responsabilidad y de amor.

También, le doy gracias a Diana Carolina Pinto Silva por su sincera y transparente amistad, por ser la gestora de mi pasantía en la ciudad de Bogotá y por los buenos momentos compartidos en las aulas de clase.

Agradezco a la productora Covisual por permitir realizar mi Pasantía Profesional como Editor Audiovisual; a mis compañeros y amigos de trabajo María Paula Godoy, Camila Cárdenas, Blanca Suárez y Mauricio Saleh, por brindarme su confianza, respeto y por integrarme y apoyarme en momentos laborales y personales.

Y por último agradezco a mis tíos María Lupe Valencia de Calvete y Jorge Calvete Rangel por el apoyo incondicional en los 8 meses de trabajo en la ciudad de Bogotá. Y a mi asesor de pasantía Fidel Eduardo Sánchez por su ayuda y colaboración.

CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	Pág.
1. MARCO CONCEPTUAL	13
2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN ¡Error! Marcador no definido.7	
2.1 ORGANIGRAMA PRODUCTORA COVISUAL ¡Error! Marcador no definido.8	
2.2 FILOSOFÍA DE LA EMPRESA	18
3. OBJETIVOS	19
3.1. OBJETIVO GENERAL	19
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
4. METODOLOGÍA	20
5. ACTIVIDADES FUNDAMENTALES REALIZADAS	28
6. RESULTADOS	42
7. CONCLUSIONES	44
8. RECOMENDACIONES¡Error! Marcador no definido. 45	
9. BIBLIOGRAFÍA	46
10. ANEXOS	47

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Ilustración 1 Organigrama Productora Covisual	18

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A. Guión “Alianza UR” Universidad del Rosario	47
ANEXO B. Guión “El Mundo del Petróleo” Hocol	49
ANEXO C. Guión “Tarjeta de Crédito Comfaboy Davivienda” Davivienda	53
ANEXO D. Guión “Premios Anif” Banco Caja Social	55
ANEXO E. Guión “Innovación Vinculación Electrónica” Davivienda	59

RESUMEN GENERAL TRABAJO DE GRADO

TÍTULO: Producción y postproducción de piezas de comunicación audiovisual corporativas para el sector empresarial.

AUTOR: Juan Sebastián Valencia Niño

FACULTAD: Comunicación Social-Periodismo

DIRECTOR: Fidel Sánchez

RESUMEN

El proceso de pasantía se realizó en Covisual, productora encargada de asesorar, acompañar y producir a toda clase de instituciones públicas o privadas en el diseño y producción de piezas de comunicación.

El trabajo de grado tuvo como propósito el desarrollo y fortalecimiento de piezas de comunicación audiovisual en todas sus etapas de ejecución - preproducción, producción y postproducción – para el sector empresarial.

En este informe, se presenta el desarrollo de un plan de acción dividido en tres objetivos específicos: 1) la escritura de guiones para videos corporativos que den forma a un lenguaje audiovisual. 2) el diseño y desglose del plan de producción en el montaje final de grabación. 3) Y la edición del material filmado para el producto y entrega final.

Para el desarrollo y cumplimiento de los objetivos específicos se realizaron reuniones con los funcionarios de las empresas, se localizaron los estudios o espacios de grabación y se hizo entrega de guiones a los actores que participaron de las producciones. De igual manera, se realizó la búsqueda de imágenes del archivo Covisual y la selección de sonidos o ruidos que acompañaron la línea de tiempo y el trabajo final.

Luego de ejecutar cada una de las acciones, se obtuvo como resultado el cumplimiento de 29 actividades, siempre obedeciendo a las exigencias de los clientes y a las responsabilidades que adquiere Covisual con cada proyecto. Para un total de 6 meses laborados.

PALABRAS CLAVES: Pre-producción producción, postproducción, video corporativo, comunicación organizacional.

GENERAL SUMMARY – DEGREE PROJECT

TITLE: Production and post-production of corporate audiovisual pieces in Business Industry.

AUTHOR: Juan Sebastián Valencia Niño

FACULTY: Social Communications – Journalism

DIRECTOR: Fidel Sánchez

SUMMARY

The internship process took place at Covisual, a company that advises, accompanies and produces communication pieces and design for all kinds of public and private institutions.

The degree project had as a purpose the development and build up of audiovisual communication pieces, during all of the execution stages (pre-production, production and post-production) in Business Industry.

In this report, a developed plan of action is presented divided into three specific objectives: 1) Script writing for corporate videos with audiovisual language. 2) The design and breakdown of a production plan on a montage video shooting. 3) And the editing of the recorded material to get to the final product.

To accomplish the specified objectives some meetings were arranged gathering company employees, filming studios and spaces were located, and the video scripts were given to the people and actors involved in the videos. In addition to this, the search for stock images in Covisual's database, the search for sound effects that go into the editing timeline and the final product.

After executing each one of these actions, the result was the accomplishment of twenty nine activities. Always taking into account the client's demands and the responsibilities that Covisual requires for each project. For a total of six worked months.

KEY WORDS: Pre-production, post-production, corporate video, strategic communications.

INTRODUCCIÓN

El siguiente trabajo de grado tuvo como objetivo la Producción de videos corporativos en sus fases de preproducción, producción y postproducción, en donde se comprendió en primera instancia la importancia que ha tenido, en los últimos años, la producción audiovisual en Colombia, su crecimiento y la aparición y el desarrollo de contenidos audiovisuales en los diferentes medios alternativos existentes.

Debido al auge del medio audiovisual en Colombia se han fortalecido las piezas de información en formatos de audio y video, generando interés en un sin número de empresas interesadas en dar a conocer sus bienes o servicios por el medio audiovisual. Esto ha permitido mantener y generar grandes vínculos con sus clientes a través de contenidos audiovisuales capaces de impactar, emocionar y seducir tanto a antiguos como a nuevos clientes, y donde se logra conocer parte de las actividades que desarrolla cada organización: tecnología empleada, equipo de trabajo, filosofía de la empresa, objetivos y futuros proyectos.

Por todo y lo anterior, el siguiente Trabajo de grado tuvo como propósito el desarrollo y fortalecimiento de piezas de comunicación audiovisual en todas sus etapas de ejecución - preproducción, producción y postproducción – para la Productora Covisual.

De igual manera, el apoyo en los diferentes tipos de videos corporativos que realiza la Productora Covisual: video tutorial, informativo, demostrativo, publicitario, testimoniales, de formación y video catálogo.

Videos corporativos que según Eduardo Prado “han surgido de la necesidad de restablecer las comunicaciones, el dialogo, en un plano humano llegando al público con técnicas y recursos diferentes a los medios masivos utilizados por la publicidad, que solo pueden proporcionarle consumidores precarios pero no de prestigios, la buena voluntad y la adhesión firme que la empresa necesita no solo del público consumidor, sino de todos los públicos con los cuales trata y/o depende (autoridades del gobierno, inversionistas, proveedores, instituciones de bienes públicos, competidores, empleados, etc.)¹.

¹Prado, Eduardo. “La información televisiva en la comercialización audiovisual en España. UIMP, Cuenca, 1991.

1. MARCO CONCEPTUAL

En las siguientes líneas se desplegarán los conceptos que a juicio comprenden, apoyan y sustentan el desarrollo del Trabajo de grado en la modalidad de pasantía.

El primer concepto que enfatiza y engloba el trabajo de grado es el de la comunicación organizacional, desde donde se puede entender el objetivo de cada empresa a la que se le realizaron videos institucionales. La comunicación organizacional comprendida como el recurso básico de participación, integración y convivencia que aporta al mantenimiento de la institución, a la motivación de sus integrantes, al mejoramiento de las relaciones con los públicos externos y a la percepción positiva de la imagen empresarial. De la comunicación y de su adecuado manejo depende, en gran medida, el éxito de una empresa, pues ésta, posibilita su desarrollo y garantiza su futuro.

Según Fernández Collado “la comunicación organizacional es el conjunto total de mensajes, de técnicas y de actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien, influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos organizacionales”².

En síntesis, la comunicación organizacional define situaciones en la que dos o más personas intercambian, comulgan o comparten principios, ideas o sentimientos de la empresa con visión global. “En estos mensajes se comparte más que lo explícito de un área particular de la empresa, se comparte lo implícito en el resto de la organización como un todo”³.

² FERNANDEZ, Collado Carlos, La Comunicación en las Organizaciones, México, Editorial Trillas, Octubre de 1997, Pág. 27

³ NEGRÓN, Italo. Apuntes de un Evangelizador Corporativo. El Poder de la Comunicación Estratégica. Intermedio Editores Ltda. Bogotá. 2007

En este orden, conviene diferenciar el significado conceptual que existe entre la comunicación interna y la comunicación externa de una organización; esto, con el fin de identificar el público al que se le dirige cada trabajo audiovisual.

La primera de ellas, entendida como aquella que se promueve entre los empleados de una organización; como las actividades que se realizan dentro de una empresa para mantener las buenas relaciones entre los miembros de la organización y a través de los diferentes medios de comunicación empleados. Y la segunda, como “aquellas comunicaciones que están dirigidas a sus públicos externos, con el fin de proyectar mejor la imagen corporativa de la organización y así, poder mantener y perfeccionar las relaciones públicas”.⁴

Relaciones públicas, que según Kotler, Armstrong, Cámara y Cruz “se convierten en acciones que persiguen construir buenas relaciones con los consumidores y con el entorno, a partir de una publicidad favorable, de la creación de una buena imagen corporativa y evitando rumores, artículos periodísticos o acontecimientos desfavorables, o haciendo frente a los mismos si llegan a tener lugar”.⁵

En relación con esto, los videos corporativos se han convertido en una herramienta clave para las organizaciones. La cultura organizacional y la personalidad de cada empresa se construye y se fortalece a partir de la imagen y del contenido que cada organización transmite a sus funcionarios y clientes. Es así, como el video corporativo se convierte en un elemento más de trabajo para compartir información y experiencias claves en el desarrollo interno, externo y comercial de las organizaciones.

⁴LUCAS MARIN, A. La comunicación en la empresa y en las organizaciones, Barcelona: Bosch comunicación, 1997

⁵Kotler Philip, Armstrong Gary, Cámara Dionisio y Cruz Ignacio. Marketing. Décima Edición, de, Prentice Hall, 2004, Pág. 542.

De aquí, que la producción de videos corporativos elaborados por Covisual, se pueden definir, citado por Fernando Galindo Rubio como un video que “tiene a presentar visiones de la empresa o institución; suelen ser videos generalistas. Ofrecen un panorama amplio de la entidad y pueden tener un destino para públicos generales y especializados...”⁶, es decir que según el interés de la información, este se puede segmentar para que llegue a quienes debe llegar.

Así mismo, el video corporativo se considera como “una difusión de imagen apoyada en datos y muestra de la gestión y actividades. Describe cómo es la institución o empresa, sus objetivos, organización y funciones. Suele efectuarse un recorrido por las secciones o departamentos con descripción de las actividades de cada uno, a veces mediante la presencia de sus correspondientes directivos”⁷.

De esta manera, el medio audiovisual ha contribuido a la creación y fortalecimiento del sector empresarial, a partir de las cuales se proyectan las emociones y esa cercanía necesaria para que el receptor capte de manera adecuada el mensaje que su emisor quiere transmitir.

Con la comunicación audiovisual corporativa, las organizaciones hoy día hacen uso del video institucional también en función de las emociones, dicho video “es un producto audiovisual representativo de la identidad corporativa de la organización, que actúa como catalizador de nuevos mensajes capaces de optimizar la imagen pública de la organización conceptualizados a partir de las emociones percibidas por el receptor y de las experiencias acumuladas por este con respecto a la misma, y difundido por medios de comunicación que

⁶ GALINDO RUBIO, Fernando. Comunicación Audiovisual Corporativa: un modelo de producción. Editorial: Universidad Pontificia de Salamanca. Madrid, España. Pag 668.

⁷ GALINDO RUBIO, Fernando. Comunicación Audiovisual Corporativa: un modelo de producción. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca. Madrid, España. Pag 668.

propicien una recepción individual, voluntaria y atenta”⁸ y este tipo de video es el que precisamente se utiliza para transmitir todos aquellos elementos que hacen fuerte a las empresas con las que trabaja Covisual.

En este sentido, la Productora Covisual seguirá innovando y seguirá caracterizándose por ser creativos no sólo en sus productos audiovisuales sino en las ideas publicitarias presentadas a las empresas con las que laboran.

⁸ GALINDO RUBIO, Fernando. Comunicación Audiovisual Corporativa: cómo audiovisualizar la identidad de las organizaciones. Publicaciones Universidad Pontificia, Salamanca. 2004. Pág: 65.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Covisual es una empresa con más 22 años de experiencia en el mercado audiovisual, encargada de asesorar, acompañar y producir a toda clase de instituciones públicas o privadas en el diseño y producción de piezas de comunicación audiovisual.

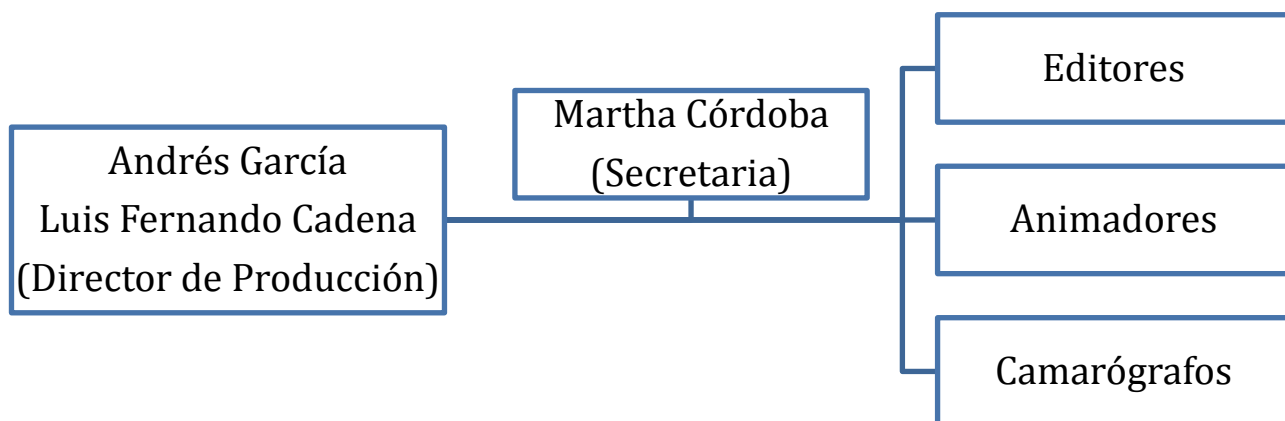
Ubicada en la calle 62 No. 3ª-06 de la ciudad de Bogotá, Covisual cuenta con un equipo humano de 20 profesionales en las áreas de comunicación audiovisual y diseñadores, más de diez equipos de grabación y rodaje, camarógrafos profesionales, asistentes de cámara y locutores con experiencia en el medio.

Para Covisual, el video impulsa a la empresa a nuevos horizontes con una comunicación efectiva e impactante. Y la producción de audiovisuales es la mejor carta de presentación de una organización para adquirir de una manera dinámica, con un formato propio e irrepetible la atención y permanencia de clientes.

Con trabajos realizados a la Cámara de Comercio de Bogotá, Telefónica Movistar, autopistas Para la Prosperidad, Banco de Bogotá, Fundación Saldarriaga Concha, Gas Natural Fenosa, Emi, Propilco, Pontificia Universidad Javeriana, Yanbal, Linde, Acercasa, Crepes Waffles, Davivienda, Team, Familia Bolívar, Oxy, Kantar y Hocol, Covisual ha logrado no solo el reconocimiento de sus clientes sino el posicionamiento como productora en la industria audiovisual en Colombia.

2.1 ORGANIGRAMA PRODUCTORA COVISUAL

Ilustración 1: Organigrama Productora Covisual



2.2 FILOSOFÍA

Nuestro mayor éxito es que disfrutamos con lo que hacemos. Y es que para trabajar basta con estar convencido de una cosa: que trabajar es menos aburrido que divertirse.

Cuando aceptamos un proyecto nuestra involucración es total, todo el equipo de Covisual, además de nuestros colaboradores, trabajan con un único objetivo “que nos vuelva a llamar para organizar su próxima producción o evento”. Sabemos que no es un objetivo precisamente original, deslumbrante, ni siquiera creativo, pero es la verdad que nuestra creatividad la reservamos para usted.

3. OBJETIVOS

3.1. Objetivo general:

Producir videos corporativos en sus fases de preproducción, producción y postproducción para las empresas clientes de Covisual.

3.2 Objetivos específicos:

- Escribir guiones para videos corporativos que den forma a un lenguaje audiovisual.
- Diseñar y desglosar el plan de producción en el montaje final de grabación.
- Editar el material que ha sido filmado para el producto y entrega final.

4. METODOLOGÍA

De acuerdo a los requerimientos y exigencias de cada cliente, y a los parámetros de la productora Covisual, el método empleado para la entrega final de cada proyecto y cumplimiento del objetivo general se dividió en tres partes:

4.1 Pre-producción: Escritura de guiones para videos corporativos que dieron forma a un lenguaje audiovisual.

Para el desarrollo y cumplimiento de este objetivo se realizaron reuniones con los funcionarios de cada organización, donde se dieron a conocer documentos y experiencias de las empresas para la estructura y escritura del guión, se escucharon los pro y contras de cada uno de ellos, y se tomó nota del impacto deseado para el producto final.

De igual manera, se grabó en audio cada una de las reuniones con las personas encargadas del proyecto audiovisual de la organización y se priorizó la información para así ser plasmada en cada texto.

4.1.1 Pre-producción, guión “Alianza UR” Universidad del Rosario

En la primera semana del mes de junio se ejecutó el plan de preproducción, donde fue escrito y aprobado el guion de “Alianza UR” y donde fueron corregidos y adicionados dos párrafos para el objetivo y cumplimiento del mismo:

“Para el estado, representa un apoyo fundamental, al generar políticas estatales que a través del conocimiento y educación siembran la semilla de la paz e impulsan el desarrollo del país.

Así es como día tras día abrimos más nuestro mundo académico al mundo empresarial, para conocer y satisfacer sus necesidades".

Aún aprobado el guion, no se dio inicio a la etapa de producción del video, esto debido al receso académico de la Universidad del Rosario y al cambio de gerente del proyecto.

4.1.2 Pre-producción, guión “El Mundo del Petróleo” HOCOL

De una manera clara y precisa, empleando un lenguaje técnico y entendible para la población indígena, fue escrito el guión “El mundo del petróleo” destacando los procesos de exploración y extracción del hidrocarburo.

Se dio inicio a la escritura del texto el día 2 de julio y finalizo el día 4 del mismo mes, siendo aprobado 24 horas más tarde. Según el cronograma establecido por Hocol, se esperaba dar inicio en el mes de agosto a la etapa de producción del video pero este no ha sido posible por falta de revisión técnica de los expertos.

4.1.3 Pre-producción, guión “Tarjeta de Crédito Comfaboy Davivienda” Davivienda.

De acuerdo al objetivo establecido con Juan David Chiribí, funcionario encargado del proyecto Tarjeta de Crédito Comfaboy Davivienda, y a los parámetros que exige la alianza entre la Caja de Compensación de Boyacá, se dio inicio a la elaboración del guión el día 22 de julio.

Para la escritura del texto se tuvo en cuenta el contexto geográfico, minero y de desarrollo que vive la región, de igual manera todos los beneficios que ofrece la tarjeta de crédito para los funcionarios afiliados a la caja de compensación.

La estructura del guión se dividió en tres partes: la primera en una descripción histórica del departamento, la segunda en la información que ofrece la tarjeta de crédito Davivienda Comfaboy y la tercera en el beneficio que dejará el uso de la tarjeta en los niños del programa de la Caja de Compensación con problemas de discapacidad.

El guión fue aprobado el día 5 de agosto, dando inicio a la producción del video.

4.1.4 Pre-producción, guión “Premios Anif” Banco Caja Social

En un tiempo record de un día se logró la escritura y aprobación de cuatro guiones, cada uno de ellos correspondientes a los ganadores de la categoría de Pequeña y Mediana Empresa Premios Anif 2013.

Se logró obtener información completa de las actividades empresariales de cada una de los ganadores, desde su fundación hasta los triunfos obtenidos, para así alcanzar el objetivo y el fin único del guión: cómo nace la empresa, cómo han invertido los recursos económicos y cuál ha sido su impacto en la sociedad.

4.1.5 Pre-producción, guión “Innovación Vinculación Electrónica” Davivienda

Con el envío de un documento de 10 páginas y unas diapositivas, se dio inicio a la extracción y elaboración de la estructura del texto, donde primó el ahorro anual en costos económicos del Banco Davivienda y su vinculación de clientes.

Posterior a esto, dos días después en un primer acercamiento con los funcionarios encargados de Davivienda, se dio una primera y única

reunión donde se corrigieron algunas cifras monetarias, esto, debido a que no estaban exactas y actualizadas.

4.2 Producción, diseño y desglose del plan de producción en el montaje final de grabación.

Para la realización de las tomas de video se llevaron a cabo las siguientes actividades:

En primera instancia, se localizó el estudio o espacio de grabación; se buscaron, se aprobaron y les fue entregado el guión a los actores que participaron en las producciones; se dieron indicaciones a los camarógrafos de las imágenes que se requerían para la edición, y por último, se solicitaron permisos, esto para los funcionarios de Davivienda, para la grabación en las oficinas bancarias. De igual manera se coordinó vía telefónica grabaciones fuera de la ciudad

4.2.1 Producción nota “Atributos del buen servicio y saludo institucional” Davivienda

De acuerdo al guión y a la fecha establecida por Davivienda, el 4 de julio se grabó en la sucursal de la calle 116 Av. Suba la nota “Atributos del buen servicio y saludo institucional”.

Para la producción se contó con la colaboración de tres funcionarios del banco y tres clientes que en el momento ocupaban las instalaciones; por parte de Covisual, asistió Camila Cárdenas como directora y Juan Sebastián Valencia como camarógrafo.

Horas antes de la grabación, se acordó la manera y los planos en que se grabarían los dramatizados, siempre regidos por el guion que estableció el Banco.

4.2.2 Producción nota “Fundación Bolívar Davivienda, Señal Familia”

El 4 de agosto de 2013 en el hotel Capital se llevó acabo el registro fotográfico y de video de la capacitación empresarial “Fundación Bolívar Davivienda”

Sin aún contar con el guión y su respectiva aprobación, se realizó un registro de todas las actividades que se realizaron durante la jornada, en diferentes ángulos y planos; de igual manera, la entrevista a tres personas asistentes, dos empresarios y el expositor de la actividad, en donde se les pregunto: por el tipo de expectativas al ser partícipe de la capacitación y por la manera en que iban a poner en práctica los conocimiento y destrezas adquiridos durante el día.

4.2.3 Producción video Fundación Social: Bicentenario barrio Villa Javier Bogotá

Según el cronograma establecido por la Fundación Social, en los primeros días del mes de agosto se realizó en el barrio Villa Javier de la ciudad de Bogotá la grabación de su cumpleaños número 100.

La jornada inicio con el registro de una caminata que partió de la Plaza Simón Bolívar de Bogotá hasta la ubicación del barrio, seguido a esto, la grabación de un acto eucarístico en conmemoración del bicentenario del barrio Villa Javier y el concierto ofrecido en homenaje por la Filarmónica de Niños del departamento de Nariño.

4.2.4 Producción “Tarjeta de Crédito Comfaboy Davivienda”

Por motivos de movilidad al departamento de Boyacá, se realizaron montajes de las oficinas de la Caja de Compensación, de igual manera se utilizaron imágenes de archivo de la región ubicados en la carpeta de Covisual.

Las grabaciones se efectuaron en las oficinas de Davivienda de la carrera 7 con calle 65 y en las oficinas de Covisual.

4.2.5 Producción “Premio Anif 2013” Banco Caja Social

En un tiempo record de 3 días se logró, en conjunto con tres camarógrafos, la coordinación, el desplazamiento y la grabación de las cuatro empresas ganadoras del Premio Anif 2013.

En primera instancia, se logró contactar vía telefónica los propietarios o gerentes de las empresa Café Sabor de la Amazonia y Otros de Florencia Caquetá, Calzado Pap Power de Bogotá, Productora de Huevos la Batilla de Cali y Construcciones Jaba de la ciudad de Pasto; seguido a esto, se confirmó la fecha y hora exacta de grabación, y por último se tuvo como referente para las entrevistas a los propietarios las siguientes preguntas: cómo nace la empresa, cómo han invertido los recursos económicos y cuál ha sido su impacto en la sociedad.

Lo anterior, debido a que se contó con una semana para la preproducción, producción y postproducción del Premio Anif 2013.

4.2.6 Producción “Innovación Vinculación Electrónica” Davivienda

Para dar inicio al plan de rodaje se tuvo en cuenta el objetivo de reducción de costos económicos en el proceso de vinculación de clientes. Se contactaron las sucursales del Banco Davivienda Las Américas y Chapinero con calle 63, de igual manera se logró el apoyo de dos funcionarias del área de vinculación.

El rodaje se efectuó en un solo día, dando inicio a las 7:30 a.m. y terminando a las 5:00 p.m. para ello, se contó con el apoyo de un

camarógrafo y dos equipos de grabación (dos cámaras y doble equipo de trípode y luces).

4.3 Postproducción, Edición del material que ha sido filmado para el producto final.

Según el cronograma de actividades de Covisual, las siguientes postproducciones fueron aprobadas y entregadas a los clientes para su difusión.

- 4.3.1 Postproducción entrevista nuevo Crepes Artesanal.
- 4.3.2 Postproducción entrevista: Innovación fuente de valor y crecimiento para las PYMES. Davivienda.
- 4.3.3 Postproducción nota “Evento de premiación: Bolsa de valores” Davivienda.
- 4.3.4 Postproducción Slide Depot: Entrega de Brief, Jurados y Premiación:
- 4.3.5 Postproducción nota “Banco sin Papel” Davivienda.
- 4.3.6 Postproducción Filarmónica Joven de Colombia, Fundación Bolívar “Misa conmemoración”.
- 4.3.7 Postproducción Aniversarios Egipto Davivienda 25 años.
- 4.3.8 Postproducción nota “Atributos del buen servicio y saludo institucional” Davivienda.
- 4.3.9 Postproducción nota “Feria del vehículo Pereira” Davivienda.
- 4.3.10 Postproducción video “Relacionamiento Indígena” Hocol.
- 4.3.11 Postproducción video “Comfaboy Davivienda” Davivienda.
- 4.3.12 Postproducción video Fundación Social: Bicentenario Barrio Villa Javier Bogotá.
- 4.3.13 Postproducción Premios Aniff Banco Caja Social.
- 4.3.14 Postproducción Innovación Vinculación Electrónica Davivienda.
- 4.3.15 Postproducción nota “Comercial Cero Papel” Davivienda.
- 4.3.16 Postproducción Aniversario Hawaii Davivienda.
- 4.3.17 Postproducción Concierto Filarmónica Joven de Colombia.

4.3.18 Postproducción nota “Módulo de mejora continua” Davivienda.

Para la realización de cada uno de los videos se tuvieron en cuenta los siguientes parámetros:

- Búsqueda de imágenes del archivo Covisual que acompañen la edición del video.
- Selección de imágenes y planos grabados para el video que se ajustaran al guión y generaran una secuencia lógica.
- Búsqueda y selección del sonido, música o ruido que acompañara la locución del guión.
- Ajuste del audio de acuerdo a las normas establecida por Covisual para su entrega.
- Montaje final y entrega al cliente para su aprobación o ajustes que se pudieron presentar.

5. ACTIVIDADES FUNDAMENTALES REALIZADAS DURANTE LA PASANTÍA

5.1 Se crearon y desarrollaron guiones para video corporativos.

5.2. Se diseñó el plan de producción en todos sus aspectos: dirección, arte, montaje y sonido, de acuerdo a cada necesidad y exigencia de la organización.

5.3 Se Coordinaron y supervisaron las actividades técnico-operativas de las grabaciones y ediciones del video.

5.4 Se editó y se realizó el montaje final, verificando el material producido.

CRONOGRAMA

Para desarrollar dichas actividades se propuso el siguiente cronograma.

Tabla 1. Cronograma de tiempos estipulados para realizar actividades

Cronograma de actividades Covisual																									
Tiempos de ejecución																									
		Mayo				Junio				Julio				Agosto				Septiembre				Octubre			
Objetivos específicos	Actividad	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4	S1	S2	S3	S4
Editar el material que ha sido filmado para el producto y	. Postproducción entrevista nuevo Crepes Artesanal: - selección de imágenes según los criterios del cliente y el guión establecido - edición y																								

entrega final.	montaje final																								
	Postproducción entrevista: Innovación fuente de valor y crecimiento para las PYMES. Davivienda																								
	Postproducción nota "Evento de premiación: Bolsa de valores" para Davivienda																								
	Postproducción Slide																								

	Depot: Entrega de Brief, Jurados y Premiación: - Selección de imágenes y contenido musical - Ajuste de audio - Edición y montaje final																									
	Postproducción nota "Banco sin papel" para Davivienda - Selección de imágenes y contenido musical - Ajuste de audio - Edición y montaje final																									

	<p>Postproducción Filarmónica Joven de Colombia, Fundación Bolívar “Misa conmemoración”</p> <ul style="list-style-type: none"> - Selección de imágenes y contenido musical - Ajuste de audio - Edición y montaje final 																								
	<p>Postproducción Aniversario Egipto Davivienda 25 años</p> <ul style="list-style-type: none"> - Selección de imágenes y contenido musical - Ajuste de audio - Edición y montaje final 																								

	<p>Mejora Continua” Davivienda</p> <ul style="list-style-type: none"> - Selección de imágenes y contenido musical - Ajuste de audio - Edición y montaje final 																								
	<p>Postproducción video “Premios Anif 2013” BCS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Selección de imágenes y contenido musical - Ajuste de audio - Edición y montaje final 																								
	<p>Postproducción video “Comercial Cero Papel” Davivienda</p> <ul style="list-style-type: none"> - Selección de imágenes y 																								

	contenido musical - Ajuste de audio - Edición y montaje final																									
	Postproducción video "Innovación Vinculación Electrónica" Davivienda - Selección de imágenes y contenido musical - Ajuste de audio - Edición y montaje final																									
	Postproducción video "Concierto Filarmónica Joven de Colombia" - Selección de imágenes y contenido musical																									

	<ul style="list-style-type: none"> - Ajuste de audio - Edición y montaje final 																									
<p>Escribir guiones para videos corporativos que den forma a un lenguaje audiovisual.</p>	<p>Pre-producción, video institucional "Alianza UR" Universidad del Rosario</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reunión funcionarios UR - Escritura del guión audiovisual - Diseño del plan de producción 																									
	<p>Pre-producción, video institucional "El Mundo del Petróleo" Hocol</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reunión funcionarios Hocol - Escritura del guión audiovisual - Diseño del plan de producción 																									

	<p>Pre-producción, video "Comfavoy Davivienda"</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reunión funcionarios Davivienda - Escritura del guión audiovisual - Diseño del plan de producción. 																								
	<p>Pre-producción, video "Premios Anif 2013" BCS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reunión funcionarios BCS - Escritura del guión audiovisual - Diseño del plan de producción. 																								
	<p>Pre-producción,</p>																								

	<p>video "Innovación Vinculación Electrónica" Davivienda</p> <ul style="list-style-type: none"> - Reunión funcionarios Davivienda - Escritura del guión audiovisual - Diseño del plan de producción. 																								
<p>Diseñar y desglosar el plan de producción en el montaje final de grabación.</p>	<p>Producción nota "Atributos del buen servicio y salud institucional" Davivienda</p>																								
	<p>Producción nota "Fundación Bolívar Davivienda"</p>																								

6 RESULTADOS

De acuerdo a los objetivos específicos, los resultados obtenidos durante el proceso de trabajo de pasantía se dividieron en tres funciones:

6.1 Escritura de guiones para videos corporativos que den forma a un lenguaje audiovisual.

6.2 Diseño y desglose del plan de producción en el montaje final de grabación.

6.3 Edición del material que ha sido filmado para el producto y entrega final.



Según las funciones desarrolladas en Covisual, el 17,24% corresponde a la escritura de guiones para videos corporativos, es decir, un total de cinco escritos para cuatro empresas, entre las que se encuentran el Banco Caja Social (1), Banco Davivienda (2), Hocol (1) y la Universidad del Rosario (1).

El 20,6% corresponde al diseño y desglose del plan de producción en el montaje final de grabación, para un total de 6 producciones para dos empresas, el Banco Caja Social (2) y el Banco Davivienda (4).

Y un 62% que corresponde a la edición y entrega final del producto, para un total de 18 ediciones a cinco empresas: Banco Davivienda (13), Banco Caja Social (2), Hocol (1), Slide Depot (1) y Crepes Artesanal (1).

Con todo y lo anterior, en el proceso de trabajo como pasante en la productora Covisual, que inició en el mes de mayo y que terminó en el mes de noviembre, se logró el desarrollo de 29 actividades divididas en tres objetivos específicos y el cumplimiento total de las mismas, siempre obedeciendo a las exigencias de los clientes y a las responsabilidades que adquiere Covisual con cada proyecto.

7. CONCLUSIONES

Luego de todo el proceso de aprendizaje en Covisual y las experiencias laborales, se puede apreciar que la realización de medios audiovisuales para el sector empresarial juega un papel fundamental en el desarrollo y crecimiento de cada una de las empresas. Esto, debido a que genera identidad corporativa en cada uno de ellas, recordación de marca y genera emociones entre sus clientes.

De igual manera, el trabajo como pasante en Covisual permitió comprender el crecimiento que ha tenido en los últimos años, el video institucional o corporativo en Colombia, su expansión y la llegada a cada uno de los territorios del país. Zonas en donde la siembra de café o la explotación minera se hace protagonista y es merecedora de presentar y dar a conocer en el medio audiovisual.

Cabe concluir que la labor desarrollada en Covisual posibilitó el cumplimiento del objetivo general planteado en el trabajo de grado como modalidad de pasantía, al igual que la realización y ejecución de 29 actividades: escritura, producción y edición de videos corporativos. Y la satisfacción de cada uno de los clientes en la entrega final de cada material audiovisual, logrando optimizar la imagen pública de la organización.

8. RECOMENDACIONES

Según la experiencia laboral adquirida en Covisual y los resultados obtenidos, las tres únicas recomendaciones y que deben seguir siendo pilar en la empresa son:

- La motivación y el reconocimiento que se les hace a las personas que allí laboran cuando finalizan y hacen entrega del material audiovisual a los clientes.
- La continuidad y el interés por adquirir día a día tecnología que facilite y mejore la calidad del trabajo realizado por Covisual.
- Y por último, la promoción y el respeto por el trabajo de cada editor, permitiendo un derroche de creatividad y compromiso en la ejecución de cada proyecto, siempre ajustándose a los requerimientos del cliente.

9. BIBLIOGRAFIA

FERNANDEZ, Collado Carlos, La Comunicación en las Organizaciones, México, Editorial Trillas, Octubre de 1997, Pág. 27

GALINDO RUBIO, Fernando. Comunicación Audiovisual Corporativa: un modelo de producción. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca. Madrid, España. 2004. Pág 668.

GALINDO RUBIO, Fernando. Comunicación Audiovisual Corporativa: cómo audiovisualizar la identidad de las organizaciones. Publicaciones Universidad Pontificia, Salamanca. 2004. Pág: 65.

KOTLER Philip, ARMOSTRONG Gary, CÁMARA Dionisio y CRUZ Ignacio. Marketing. Décima Edición, de, Prentice Hall, 2004, Pág. 542.

LUCAS MARIN, A. La comunicación en la empresa y en las organizaciones, Barcelona: Bosch comunicación, 1997

NEGRÓN, Italo. Apuntes de un Evangelizador Corporativo. El Poder de la Comunicación Estratégica. Intermedio Editores Ltda. Bogotá. 2007

PRADO, Eduardo. "La información televisiva en la comercialización audiovisual en España. UIMP, Cuenca, 1991.

10. ANEXOS

Anexo A. Guión “Alianza UR” Universidad del Rosario

“Alianza UR” Universidad del Rosario

“Nuestros sueños comienzan en el futuro; los sueños compartidos comienzan aquí”.

Nuestra vocación humanista y de servicio a la sociedad, ha trascendido en el tiempo. Durante más de 360 años, hemos formado generaciones en diferentes áreas del saber, que han contribuido con sus conocimientos a la construcción de un mundo mejor.

Somos la Universidad del Rosario, una institución académica del más alto nivel, con más de 13.0000 estudiantes y 130 programas de formación, donde la investigación, innovación y tecnología se unen a sólidos valores para formar integralmente y generarle valor a la sociedad.

Para hacer aún más potente nuestro impacto en la sociedad, en la Universidad del Rosario hemos establecido estrechos vínculos y alianzas con empresas e instituciones, generando importantes beneficios:

Para nuestros estudiantes significa un complemento en su formación académica, pues al confrontar la teoría con la práctica, amplían su visión al aplicar sus conocimientos a retos y situaciones relacionadas con su carrera.

Para las empresas e instituciones, constituye una oportunidad para mejorar sus procesos productivos, su gestión financiera y su capital humano, con el respaldo de docentes con una sólida formación, y equipos de investigación actualizados con los últimos avances y tendencias en los diferentes saberes a nivel internacional.

Para el estado, representa un apoyo fundamental, al generar políticas estatales que a través del conocimiento y educación siembran la semilla de la paz e impulsan el desarrollo del país.

Así es como día tras día abrimos más nuestro mundo académico al mundo empresarial, para conocer y satisfacer sus necesidades, trabajando en equipo en temas tales como:

Mejoramiento y actualización de procesos; programas de formación a la

medida; prácticas empresariales; actividades de responsabilidad social; becas; y reducción del impacto ambiental de sus operaciones; entre muchas otras.

De esta forma hemos construido y seguiremos construyendo un círculo virtuoso entre academia, empresa y estado, en el que el intercambio de saberes, conocimientos y prácticas, fluye en beneficio de todos.

Alianzas Universidad del Rosario, miles de oportunidades para crecer juntos.

Anexo B. Guión “El Mundo del Petróleo” Hocol

“El Mundo del Petróleo” Hocol

¿Sabías que el 90% de los objetos que usamos a diario están hechos con derivados del petróleo?

Desde que nos levantamos por la mañana hasta que nos acostamos por la noche, usamos y estamos rodeados constantemente de productos derivados del petróleo.

Diversos y variados objetos que nos hacen la vida más fácil y cómoda.

Aunque estos productos hacen parte de nuestra cotidianidad, alguna vez te has preguntado ¿qué es el petróleo y qué está detrás de la extracción de ese líquido viscoso (espeso) que se encuentra en las profundidades de la tierra?

El Petróleo o crudo, como también se le conoce, es una sustancia aceitosa, generalmente de color oscuro, a la que se le llama hidrocarburo, compuesto en mayor medida de carbono e hidrógeno con pequeñas cantidades de nitrógeno, oxígeno y azufre.

El origen del petróleo es de tipo orgánico y sedimentario, es decir, que proviene de la descomposición y transformación de restos de animales y plantas, que existieron hace millones de años en anteriores edades geológicas.

Al morir, los restos de los animales se depositaron en el fondo del mar en ambientes sin oxígeno, donde fueron sepultados por arena y lodo que los ríos arrastraban al mar.

Luego en el interior de la tierra y debido a la presión y a las altas temperaturas se produjo la descomposición de enormes cantidades de esta materia orgánica que se convirtieron en petróleo.

De la misma manera en que el aceite se reúne encima del agua, el petróleo ascendió por grietas y fisuras, hasta quedar atrapado en una roca porosa contra una roca impermeable, con la forma apropiada para que pudiera acumularse. Esos sitios se llaman trampas y es donde se puede hallar el petróleo.

Para explorar los lugares donde existen yacimientos de petróleo, los geólogos, es decir las personas que estudian la tierra, analizan los suelos y localizan e identifican aquellos terrenos donde es posible encontrarlo y extraerlo.

El método más común para realizar esta búsqueda es la sísmica, la cual permite conocer con mayor exactitud la presencia de cuencas petrolíferas en el subsuelo.

El objetivo de la exploración sísmica es obtener una imagen del interior de la tierra para poder saber en qué sitio, a veces a muchos kilómetros de profundidad, se encuentran condiciones favorables para una acumulación de hidrocarburo. Para ello se utilizan Imágenes satelitales, fotografías aéreas y estudios de campo.

La búsqueda del petróleo se lleva a cabo en terrenos de todo tipo, incluyendo áreas de vegetación espesa, montaña y también zonas inundadas, con poca infraestructura de vías y caminos.

El proceso de exploración no conlleva efectos contra la naturaleza. Para asegurar esta protección del medio ambiente se cuenta con unas licencias ambientales, que previenen y mitigan los posibles efectos de la actividad petrolera.

Algunas de las prácticas que realizan son las de forestación y reforestación, inventariado de especies, monitoreo, biorestauración, cuidado de ríos, lagunas, zonas acuíferas, entre otras.

En Colombia, estas actividades se adelantan bajo los más estrictos estándares de comportamiento ético en materia de protección del medio ambiente y respeto por la sociedad.

Mejorando la calidad de vida de los pobladores de la región y trayendo beneficios para todos, como la contratación de bienes y servicios, salud, educación, infraestructura, entre otros.

Una vez ubicada la zona de explotación del hidrocarburo, se procede al diseño y plan de perforación.

Para su ejecución, se realizan adecuaciones del lugar, se construyen o se arreglan las vías de acceso y se establece la locación en donde se ubicará el equipo de perforación como este ... (imagen) ... compuesto por una torre de

perforación, la tubería, las brocas, el malacate, el sistema de lodos, el sistema de segmentación y los motores.

El taladro, realiza un proceso llamado perforación de pozos, el cual consiste en hacer un orificio en suelo hasta llegar a la trampa petrolífera (lugar donde se encuentra el petróleo en el subsuelo) generalmente entre 800 y 6.000 metros de profundidad.

Este orificio se hace con la barrera o mecha que posee la torre de perforación, la cual se encuentra sostenida por un sistema de polea; mientras que las acciones son controladas mediante una mesa rotaria, la cual a su vez es movida por motores en un área denominada malacate para lograr la extracción de manera efectiva.

El último paso en el proceso de perforación es conocido como cañoneo y consiste en hacer orificios que conecten el pozo con la formación rocosa saturada de petróleo.

Así el petróleo alcanza las perforaciones y por simple presión o por medio del machín comienza ascender a lo largo del tubo, dando inicio a la etapa de producción.

Cuando llega a la superficie, el petróleo crudo es bombeado hacia una planta de procesamiento, que separa el gas del petróleo, enviando éste hacia tanques de almacenaje.

El petróleo aún mezclado con agua es depositado en un tanque de decantación. Dentro del depósito, el petróleo se separa del agua y ésta es drenada por la parte inferior.

Debido a las características fisicoquímicas de las aguas asociadas al crudo, éstas no pueden ser vertidas al medio ambiente sin tratamiento previo, por ello son llevadas a un sistema donde se les da las condiciones físicas y químicas adecuadas para ser dispuestas en el medio ambiente o para ser inyectadas nuevamente al yacimiento.

Una vez almacenado el petróleo, el hidrocarburo es transportado por camiones cisternas, barcos petroleros u oleoductos hasta las refinerías, donde es procesado para la obtención de sus derivados.

En las refinerías se lleva a cabo el refinado del petróleo, es decir, el conjunto de procesos industriales que separan el crudo en sus distintos componentes a través de procesos termoquímicos, en donde se logra obtener crudo reducido, gasóleos, A.C.P.M., queroseno, turbosina, nafta y gases ricos en butano y propano.

En la actualidad, la dependencia de los hidrocarburos es tal, que podemos llamar a nuestro tiempo “La era del petróleo”. A él le debemos gran parte de nuestro vestido, el transporte que nos moviliza a nosotros y a los productos del campo, la generación de gran parte de la energía eléctrica y del calor para cocinar nuestros alimentos.

Es así como 95% del petróleo extraído se destina a producir combustibles y lubricantes y con el 5% restante se producen el 90% de los objetos de uso cotidiano, y que están fabricados principalmente de plásticos.

Con esta etapa, se cierra la cadena industrial iniciada en la exploración de los hidrocarburos. Y el destino final del petróleo y sus derivados es el consumidor.

Anexo C. Guión “Tarjeta de Crédito Comfaboy Davivienda” Davivienda

“Tarjeta de Crédito Comfaboy Davivienda” Davivienda

Símbolo de libertad y riqueza arquitectónica, construcciones que datan de la época de la colonia.

Conocida por sus hermosos paisajes como la finca de Colombia y caracterizada por un clima agradable, su folclore, su comida típica y sobre todo por la amabilidad de su gente, es el departamento de Boyacá.

Un lugar que nos muestra la historia del país y los diferentes monumentos que se encuentran al recorrerla.

Tierra mágica y deslumbrante, productora de esmeraldas y carbón. Llena de Hombres y mujeres trabajadores y honestos que han hecho de esta región el epicentro del turismo, un destino de visita obligada para colombianos y extranjeros.

Pensando en el desarrollo y crecimiento de quienes residen en esta encantadora región, la Caja de Compensación Familiar de Boyacá une la trayectoria de sus 52 años al reconocimiento, experiencia y seguridad de Davivienda para construir bienestar e importantes beneficios que apoyarán el progreso y mejorarán la calidad de vida de toda la comunidad.

Por eso hoy, con alegría queremos compartir con ustedes que en Comfaboy y Davivienda estamos listos por Boyacá

Porque creemos en el potencial del departamento y de todos los boyacenses, ponemos a disposición de toda la población, la tarjeta de crédito Comfaboy – Davivienda, como primera manifestación de dos entidades comprometidas para dar mayor bienestar a nuestras familias.

Con esta tarjeta los funcionarios afiliados a la caja de compensación, con ingresos desde un salario mínimo, podrán obtener un nuevo medio de pago, con la seguridad, respaldo y cercanía de Comfaboy y Davivienda.

Así mismo, les permitirá acceder a un cómodo sistema de crédito sin cuotas de manejo durante el primer año, avances en efectivo hasta del 50% del cupo total, con la posibilidad de solicitar tarjetas amparadas y sin cláusula de permanencia.

Adicionalmente, la tarjeta Comfaboy – Davivienda ofrece un cupo de tarjeta de crédito de un máximo de 40 Millones para que los afiliados a la caja de compensación traigan sus cartera de consumo en tarjetas de crédito de

cualquier franquicia en el sector financiero, con una excelente tasa y a un plazo máximo hasta 36 meses.

Beneficios exclusivos y garantizados por estas dos solidas entidades y los establecimientos comerciales que hacen parte de esta gran alianza. Union que genera credibilidad, beneficios y recordación en las empresas de la región.

Estamos presentes con nuestro equipo humano en las principales localidades y municipios de Boyacá, con la promoción del deporte y la salud, con opciones de recreación y educación, preparados para ofrecer el mejor y mas cálido servicio.

La alianza entre Comfaboy y Davivienda, se materializa a través de todos nuestros canales, dispuestos a brindar los mejores beneficios. Cuento con todo el acompañamiento y el respaldo de Davivienda las 24 horas del día, los 7 días de la semana, a través de puntos de venta, call center y página web.

Creemos que la responsabilidad social es un compromiso de todas las empresas que buscan generar una cultura de transformación y cambio, por eso, con el respaldo de la comunidad de Boyacá y la participación de todos, podemos marcar la diferencia en la vida de quienes hoy más lo necesitan, las personas en situación de discapacidad.

La alianza de Comfaboy y Davivienda, además de ofrecer numerosos beneficios para todos los funcionarios de sus empresas y grupos familiares, promoverá y acompañará la inclusión de niños con problemas de discapacidad en el programa de Atención y Rehabilitación al Menor Discapacitado, con el objetivo de crear alternativas que conlleven a desarrollar y mejorar su calidad de vida y en un futuro lograr independencia en el ámbito laboral y social.

Gracias a la participación sobre los consumos de la tarjeta de crédito, esta alianza devolverá el 0.5% de la facturación de las tarjetas para apoyar a estos maravillosos niños.

Buscamos que estos seres especiales, se sientan siempre reconocidos y valorados, con la certeza de que son un miembro activo de nuestra sociedad.

Ser especiales no los hace diferentes, los hace únicos y en Comfaboy y Davivienda estamos listos por el departamento de Boyacá.

En Davivienda y Comfaboy estamos trabajando para brindarle cada vez más beneficios y ventajas a los trabajadores y sus familias, con nuestra unión buscamos mejorar las oportunidades para todos.

Ganadores Pequeña Empresa

1. Calzado PAP POWER

En la categoría de Pequeñas Empresas, el primer lugar es para...

¡CALZADO PAP POWER!, dedicada a la fabricación de calzado sport casual para hombre, con una experiencia en el mercado de 10 años.

Calzado Pap Power nace en el 2003 en Bogotá, gracias al sueño de Fabio Salamanca, quien con empeño y ganas de crear empresa, aporta a la generación de empleo del país y sigue el instinto emprendedor para lograr su objetivo.

Don Fabio empezó a diseñar modelos de calzado y participó en capacitaciones de la Cámara de Comercio, la Universidad Externado y la Universidad del Rosario, lo que le permitió conocer nuevas tecnologías y procesos de otras empresas en Brasil y México.

El diseño es para la compañía el principal factor de éxito y de obtención de clientes. Sumado a la mejor tecnología, garantiza un producto innovador y resistente.

Calzado Pap Power trabaja con base en el desarrollo de una técnica propia para el manejo del caucho, mezclas de plásticos y la elaboración de muestreos en un horno especial, con productos que reducen la contaminación ambiental.

Hoy en día, es ejemplo en innovación empresarial, recibe estudiantes pasantes de universidades y el Sena, y apoya a los reinsertados y madres cabeza de familia.

Debido a su ardua labor ha sido merecedor del Premio a la Excelencia de la Micro y Pequeña Empresa Banco Caja Social ANIF 2013

¡Felicitaciones!

2. Productora de Huevos La Bastilla

En la categoría de Pequeñas Empresas, el segundo lugar es para...

¡PRODUCTORA DE HUEVOS LA BASTILLA! de Tuluá, Valle del Cauca, dedicada a la producción y comercialización de huevos y alimentos concentrados, con una experiencia en el mercado de 46 años.

Productora de Huevos la Bastilla nace en 1967 de la mano de la familia Acevedo Londoño.

Años de carencias y necesidades en, los llevaron a fijar sus metas en la producción de huevos y alimentos concentrados.

Siempre llenos de ilusiones y con la idea fija de un futuro mejor, la familia del señor Gerardo, doña Teresita Martínez y sus hijos Luz Piedad y Jorge Hernán, construye un pequeño galpón y resuelve criar gallinas. Iniciaron con 40 aves acomodadas en una habitación de la casa donde vivían y poco a poco fueron aumentando el número de gallinas, dando origen al nombre de Avícola La Bastilla.

Para el año 2000 y de común acuerdo entre padres e hijos se decidió incursionar en el negocio de alimentos para animales, así nació Alimentos Concentrados La Bastilla, con fórmulas propias y con la idea de vender al público productos de gran calidad.

Hoy la granja produce cerca de treinta mil huevos diarios, posee un mercado propio y produce con Alimentos Concentrados La Bastilla alrededor de cuatrocientas toneladas mensuales en productos varios.

Lo que comenzó con un matrimonio cuyo patrimonio eran las manos, la voluntad de trabajar y salir adelante, con el tiempo se transformó en 3 exitosas empresas:

- Granja Avicola La Bastilla, que genera empleo directo a 13 personas y satisface gran parte del mercado Tuluense.
- Alimentos Concentrados La Bastilla, que genera empleo a 7 personas y
- Comercializadora La Bastilla, que se encarga del mercado de productos terminados y da empleo a 4 personas.

Debido a su ardua labor ha sido merecedor del Premio a la Excelencia de la Micro y Pequeña Empresa Banco Caja Social ANIF 2013

¡Felicitaciones!

Ganadores Microempresarios

1. Construcciones Jaba

En la categoría de Microempresarios, el primer lugar es para...

¡Construcciones Jaba!, dedicada a la construcción de obras civiles de infraestructura y desarrollo en poblaciones rurales y urbanas.

Construcciones Jaba nace en el 2005 en Pasto/Nariño, gracias a la experiencia, esfuerzo y dedicación de Jhoana Paola Castellanos.

Desde entonces, Construcciones Jaba ha llevado progreso y desarrollo a diferentes regiones olvidadas del territorio nacional, generando vías de comunicación entre diferentes poblaciones, construyendo puentes y dragando tierra en zonas rivereñas.

Construcciones Jaba amplió su catálogo de servicios, expandió su campo de acción por el pacífico colombiano y tejió alianzas estratégicas con empresas constructoras de la ciudad de Pasto.

Hoy por hoy, Jaba es una empresa con compromiso social, generadora de empleo, progreso y desarrollo, con la visión de seguir creciendo en beneficio de la comunidad y con grandes valores éticos como son la responsabilidad y la integridad.

Debido a su ardua labor ha sido merecedor del Premio a la Excelencia de la Micro y Pequeña Empresa Banco Caja Social ANIF 2013

¡Felicitaciones!

2. Café Sabor de la Amazonía y Otros

En la categoría de Microempresarios, el segundo lugar es para...

¡Café Sabor de la Amazonía y Otros!, dedicada a actividades administrativas, industriales y comerciales para productos perecederos agropecuarios de Colombia.

Café Sabor de la Amazonía y Otros nace en Florencia Caquetá en 2005 de la mano de Policiano Tafur Bermeo, quien ante la necesidad de mejorar la calidad de vida de su hogar busca alternativas como vendedor independiente por los diferentes barrios y municipios de la región, hasta llegar a lo que es hoy en día su exitosa empresa.

La actividad industrial de Café Sabor de la Amazonía y Otros se desarrolla mediante la transformación de la materia prima, pasando por el trillado, el tostados, el molido y el empaque al vacío de café 100% seleccionado.

Café Sabor de la Amazonía y Otros Ofrece al mercado local y nacional un producto comestible perecedero, café especial tostado y molido, cultivado en el departamento de Caquetá, sin químicos ni aditivos, caracterizado por su alta calidad, exquisito sabor, aroma y textura.

Debido a su ardua labor ha sido merecedor de diferentes premios y hoy se suma a esa lista el Premio a la Excelencia de la Micro y Pequeña Empresa Banco Caja Social ANIF 2013

¡Felicitaciones!

Anexo E. Guión “Innovación Vinculación Electrónica” Davivienda

Guión Innovación “Vinculación Electrónica del Cliente”

El área de Clientes, Alineada con la estrategia del Banco, para ser más eficientes, vio la necesidad de facilitar la labor de los funcionarios, superar las expectativas de los clientes y contribuir a la conservación del medio ambiente. Innovando Reestructuramos el proceso de vinculación de clientes.

Pasando de ser un proceso físico a uno virtual para la vinculación y actualización de clientes, (Persona Natural y Persona Jurídica) apoyamos la campaña de Cero Papel y generamos un documento seguro para ser almacenado en la carpeta única de cliente.

Proceso Actual. (Imágenes de impresión, realización del proceso manual y el proceso de digitalización)

En el proceso anterior los costos operativos superaban los \$1.340.000.000 millones anuales:

Cuadro de costos Texto: Impreso del formato \$41.443.000, Tiempo por diligenciamiento \$540.000.000, Proceso de captura y digitalización \$ 725.765.000, transporte y envío a custodia de los formatos \$37.428.000 (Cifras en texto)

Generando mayor carga operativa para los funcionarios, incrementando el tiempo de la atención del cliente por errores en el diligenciamiento y los riesgos legales por pérdida o falta de información.

Proceso Electrónico. (Imágenes del proceso en el sistema y el proceso de digitalización)

En el nuevo proceso de vinculación electrónico los costos operativos oscilan en \$548.000.000 millones anuales.

Cuadro de costos Texto: Tiempo por diligenciamiento \$ 270.000.000, *Máquina digitalizadora de documentos: \$ 265.953.310*, *Transporte y envío a custodia de los documentos \$10. 926.291* . (Cifras en texto)

Mejorando la calidad de los datos, reduciendo la carga operativa de los funcionarios en un 50%, el tiempo de atención del cliente y mitigando los riesgos legales al generar automáticamente la información del cliente para su envío al sistema y envío en línea del documento soporte del cliente.

El resultado

El resultado de este proceso electrónico ha sido innovador.

Una herramienta que nos permite tener un mayor control y seguridad sobre la información del cliente, la búsqueda de archivos y la validación de los datos de los clientes, desde el momento de la captura, la creación del cliente en línea en BUK (Base única de Clientes) y el envío del formato a la carpeta única del cliente en línea.

Obteniendo una mayor eficiencia en costos de \$796.000.000 anuales, con una utilización del formato electrónico del 90% y una mayor agilidad en el proceso de vinculación, reduciendo el tiempo de vinculación o actualización en un 50%. (Texto: optimización de 20 a 10 minutos por cliente)

Proyección

(Imágenes futuristas de procesos realizados en el sistema e imágenes que hagan alusión a la construcción de un primer paso que puede llevar hacia un universo grande.)

Logrando superar los paradigmas que la ataban al pasado, la vinculación electrónica, nos facilita a toda la Familia Bolívar el desarrollo de nuevos proyectos asociados a la vinculación y actualización de clientes (texto más sonido). Buscando siempre mejorar la calidad y la seguridad de la información, y así mitigar los posibles riesgos de fraude y/o suplantación por cambios de información.

¡Por usted y por nosotros, somos un Banco comprometido por la innovación!