

PRODUCCIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL PARA EL POSICIONAMIENTO  
DE LA COOPERATIVA FINANCIERA COMULTRASAN COMO ENTIDAD  
SOCIALMENTE RESPONSABLE A TRAVÉS DE SU FUNDACIÓN

ADRIANA MARÍA GARCÍA FONSECA  
TRABAJO DE GRADO MODALIDAD PASANTÍA PARA OPTAR AL TÍTULO DE:  
COMUNICADORA SOCIAL – PERIODISTA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO  
BUCARAMANGA  
2015

PRODUCCIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL PARA EL POSICIONAMIENTO  
DE LA COOPERATIVA FINANCIERA COMULTRASAN COMO ENTIDAD  
SOCIALMENTE RESPONSABLE ATRAVÉS DE SU FUNDACIÓN

ADRIANA MARÍA GARCÍA FONSECA  
TRABAJO DE GRADO MODALIDAD PASANTÍA PARA OPTAR AL TÍTULO DE:  
COMUNICADORA SOCIAL – PERIODISTA

SUPERVISOR  
FIDEL EDUARDO SÁNCHEZ RINCÓN  
REALIZADOR DE CINE Y TELEVISIÓN

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO  
BUCARAMANGA  
2015

**Nota de aceptación**

---

---

---

---

---

---

---

**Firma del Jurado**

---

**Firma del Jurado**

## **DEDICATORIA**

Dedico este trabajo a mis padres quienes gracias a su esfuerzo y dedicación hicieron posible que me preparará y sea una gran profesional, a mi hermano quien siempre apoyo cada una de mis decisiones, a todos los profesores que me brindaron todos sus conocimientos.

## **AGRADECIMIENTOS**

Este trabajo ha sido fruto del esfuerzo y dedicación de mis padres, por eso quiero ofrecer este proyecto en honor a ellos y mi hermano que han sido un apoyo fundamental para culminar esta etapa, a Dios por darme esta oportunidad de vivir y disfrutar de las bondades de este mundo, a todos los profesores quienes me enseñaron que las cosas se hacen bien o no se hacen, a cada uno de mis compañeros por caminar a mi lado de enseñanza en enseñanza haciendo parte de mis ocurrencias, al amor por darme la oportunidad de creer que todo es posible con apoyo, respeto y lo que más me enseñó mi carrera la comunicación.

## Contenido

	Pág.
INTRODUCCIÓN .....	13
1. CONTEXTO INSTITUCIONAL.....	18
1.1 Reseña Histórica Financiera Comultrasan.....	18
1.2 Fundación Comultrasan.....	19
1.3 Mapa de Procesos: Fundación Comultrasan .....	21
1.4 Organigrama Fundación Comultrasan .....	22
1.5 Experiencias de Comunicación.....	23
2. OBJETIVOS.....	25
2.1 Objetivo General.....	25
2.2 Objetivos Específicos.....	25
3. METODOLOGÍA.....	26
4. DESARROLLO DE LA METODOLOGIA .....	28
4.1 Realizar el proceso creativo de los guiones.....	28
4.1.1 Definen características y objetivos de los productos audiovisuales ...	28
4.1.2 Recopilación de información: .....	30
4.1.3 Elegir información para los videos.....	31
4.1.4 Compartir información con el proveedor .....	33
4.1.5 Revisión y aprobación de los Guiones .....	33
5. COORDINACIÓN DE LAS FASES DE LA PRODUCCIÓN .....	34
5.1 Descripción de los planes de rodaje .....	34
5.1.1 Planes de rodaje de cada video .....	34
5.1.2 Planeación orden de grabación con fechas .....	35
5.1.3 Grabaciones.....	36
6. EVALUACIÓN DE LA PRODUCCIÓN .....	37
6.1 Inicia el proceso de postproducción.....	37
6.1.1 Entrega de video Institucional .....	37
6.1.2 Se sugieren cambios a los videos entregados .....	37
7. EVALUACIÓN DE LOS PRODUCTOS FINALES.....	39

8. ACTIVIDADES PARALELAS .....	44
9. RESULTADOS .....	48
10. CONCLUSIONES .....	50
11. RECOMENDACIONES .....	52
BIBLIOGRAFIA .....	53

## LISTADO DE TABLAS

	Pág.
<b>Tabla 1.</b> Metodología del Proyecto .....	27
<b>Tabla 2.</b> Plan de Rodaje Fundación Comultrasan. ....	34
<b>Tabla 3.</b> Orden de las Grabaciones.....	35

## LISTADO DE FIGURAS

**Pág.**

<b>Figura 1.</b> Mapa de Procesos Fundación Comultrasan .....	21
---	----

## **LISTADO DE ANEXOS**

**ANEXO A:** Ficha Técnica Spot Semilla Cooperativa

**ANEXO B:** Ficha Técnica Spot Asesoría Bancaria

**ANEXO C:** Ficha Técnica Spot Educación Financiera

**ANEXO D:** Ficha Técnica Spot Inclusión Financiera

**ANEXO E:** Ficha Técnica video Institucional Fundación Comultrasan

**ANEXO F:** Ficha Técnica video de Responsabilidad Social Financiera Comultrasan

**ANEXO G:** Informe de gestión Fundación Comultrasan.

**ANEXO H:** Información Colegio Gimnasio Superior.

**ANEXO I:** Guión voz off Video Institucional Fundación Comultrasan.

**ANEXO J:** Guión voz off Video Responsabilidad social Financiera Comultrasan

**ANEXO K:** Orden del día.

**ANEXO L:** Programas de Microfinanzas.

**ANEXO M:** Plan de Rodaje video de Responsabilidad Social Financiera Comultrasan.

**ANEXO N:** Plan de Rodaje video institucional Fundación Comultrasan.

**ANEXO O:** Publicación Intranet Financiera Comultrasan

**ANEXO P:** Registro Fotográfico.

**ANEXO Q:** Redacción Primera Semana del Arte.

**ANEXO R:** Redacción Infoclick.

## **RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TITULO:** PRODUCCIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL PARA EL POSICIONAMIENTO DE LA COOPERATIVA FINANCIERA COMULTRASAN COMO ENTIDAD SOCIALMENTE RESPONSABLE A TRAVÉS DE FUNDACIÓN COMULTRASAN.

**AUTOR(ES):** Adriana María García Fonseca

**FACULTAD:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR(A):** FIDEL EDUARDO SÁNCHEZ RINCÓN

### **RESUMEN**

La labor desempeñada durante el proceso de la pasantía en la Fundación Comultrasan se fundamentó en la realización de material audiovisual tales como: video de institucional de la Fundación Comultrasan, video de responsabilidad social de Financiera Comultrasan y cuatro spot publicitarios. Todos estos productos tenían como propósito dar a conocer los diferentes programas que implementa la Cooperativa Financiera Comultrasan y que tienen como fin mejorar la calidad de vida de la comunidad en general.

Para la realización de este proyecto se contrataron una productora Ek ENTRETENIMIENTO quienes proporcionaron todo los equipos necesarios para el rodaje de los videos, permitiendo obtener como resultado seis videos con buena calidad audiovisual.

**PALABRAS CLAVES:** video institucional, spot publicitario, guion literario, planes de rodaje, postproducción.

## **GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE**

**TITLE:** AUDIOVISUAL CONTENT PRODUCTION FOR THE POSITIONING OF COMULTRASAN FINANCIAL COOPERATIVE A THROUGH THE FUNDACIÓN COMULTRASAN A CROSS THE FUNDACIÓN COMULTRASAN.

**AUTHOR:** Adriana María García Fonseca

**FACULTY:** Faculty of Social Communication

**DIRECTOR:** FIDEL EDUARDO SÁNCHEZ RINCÓN

### **ABSTRACT**

The work done during the internship in Comultrasan Foundation was based on the design of audiovisual material. This included a Comultrasan Foundation institutional video, a Comultrasan Financial Cooperative social responsibility video and four advertising spots. All products were intended to publicize various programs implemented by Comultrasan Financial Cooperative and were aimed to improve the community quality of life.

This project was supported by Ek ENTERTAINMENT producer who provided all the necessary equipment for filming and as a result we have six videos with good visual quality.

**KEYWORDS:** institutional video, advertisement, literary script, filming plans, postproduction

## INTRODUCCIÓN

Fundación Comultrasan brazo social de Financiera Comultrasan es una empresa que desde sus inicios ha venido desarrollando diferentes actividades enfocadas a beneficiar a los asociados de la cooperativa y comunidad en general, favoreciendo anualmente a más de 117 mil personas. Todo esto se suma a la Gestión Social que identifica a las entidades del sector solidario las cuales se basan en los principios cooperativos.

Para dar a conocer el accionar de la Fundación se han venido desarrollando diferentes actividades que van orientadas a tener una comunicación oportuna y asertiva, generando diferentes estrategias a nivel interno y externo que mejoran la divulgación de la información. En este aspecto los comunicadores sociales han sido quienes participan en el diseño y ejecución junto con el grupo de trabajo de la entidad.

Se han creado interesantes ideas de promoción y divulgación de información la más recientes están orientadas al diseño del sitio web de la Fundación y la creación de sus políticas y contenidos.

Así mismo atendiendo a las necesidades de la Fundación se genera el presente proyecto que trata sobre la producción de contenido audiovisual para el posicionamiento de la cooperativa Financiera Comultrasan y su Fundación como entidad socialmente responsable.

Es importante aclarar que se venía trabajando por un lapso de seis meses en una práctica, en donde se evidenció la necesidad de realizar productos audiovisuales de divulgación masiva que promocionen e informen el compromiso de la cooperativa con la comunidad como una entidad que ejecuta su responsabilidad social, a través de su Fundación.

Es así que propone realizar los siguientes trabajos audiovisuales: video de responsabilidad social de la cooperativa Financiera Comultrasan, video institucional de la Fundación Comultrasan y 4 spots publicitarios.

Este proyecto busca que la entidad sea reconocida por la comunidad, si bien desde su constitución ha desarrollado considerables proyectos dentro de los cuales se destaca, la creación de la Fundación Comultrasan en el año 2002, teniendo como portafolio de servicio seis líneas de acción orientadas a la Gestión Educativa, Gestión Empresarial, Cultura y Arte, Salud, Medio Ambiente y Vivienda. Por todo lo anterior se plantea la creación del Video Institucional como material audiovisual de presentación de la entidad como lo relata en el artículo Diego Freixas:

*“El video Institucional” es cualquier variable de discurso audiovisual, referido a instituciones tanto comerciales, industriales, corporativas, como políticas, sociales, ONG, cooperativas, burocráticas, sindicales y todo el amplísimo arco de instituciones; Incluso podría discurrir acerca de una persona en cuanto se la tome como marca o institución. En cualquiera de los casos podría ser informativo, ilustrativo u comunicacional”*.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Freixas,D. Universidad de Palermo. [En línea] [Citado el: 17 de Febrero de 2015.] [http://www.palermo.edu/dyc/opendc/opendc2010\\_2/apuntes/EI%20video%20institucional069.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/opendc/opendc2010_2/apuntes/EI%20video%20institucional069.pdf)..

Por otro lado es importante destacar las oportunidades que brinda a las empresas la producción de un video institucional o temático, aunque son bastantes las definiciones que se encuentran tanto en libros como en la Internet, se destacan “razones para hacer un video sobre su negocio”, según el Blog Lancetalent los videos permiten: dar a conocer la empresa de una forma dinámica y eficaz, generando diferenciación con los competidores, mejorando el SEO de tu web y vender más.<sup>2</sup>

Siguiendo a lo anterior se evidencia estudios donde el video Institucional o corporativo ha logrado grandes avances para empresas como el Éxito, que fue objeto de estudio por un grupo de estudiantes de la Universidad de Medellín de la Facultad de Comunicación, en donde se resalta que:

*“El video Institucional no es un asunto de moda porque no es algo que se use por un tiempo y se deseche y remplace por otra estrategia, pues el video institucional llegó a las empresas para quedarse y establecer identidad corporativa y al mismo tiempo, brindar poder a las compañías. Pero, si bien no es un asunto de moda que llegue y luego pase, si está en la obligación de evolucionar y cada vez que se modifique debe proponer cosas nuevas, interesantes para el espectador y sobre todo seguir el patrón evolutivo del mundo y de la imagen”.<sup>3</sup>*

---

<sup>2</sup>Lancetalent. *Blog*. [En línea] [Citado el: 31 de Enero de 2015.] [http://www.lancetalent.com/blog/hacer-un-video-corporativo-negocio/..](http://www.lancetalent.com/blog/hacer-un-video-corporativo-negocio/)

<sup>3</sup> PINEDA, Jorge, El video corporativo como fuente de poder en las organizaciones, caso almacenes Éxito. Trabajo de grado para optar al título de Comunicador con énfasis en Lenguajes Audiovisuales. Medellín; Universidad de Medellín. Facultad de Comunicación.

En la investigación que tuvo como objeto de estudio el Éxito también se resaltó que: “El video corporativo es fuente de poder para las organizaciones si lo asumimos como un elemento que cumple con diversas funcionalidades estructuradas a partir del ente principal a través del cual el poder encuentra su camino a la tangibilidad”.<sup>4</sup>

Para Financiera Comultrasan se planteó producir un video general de todo lo que hace la entidad en cuanto a responsabilidad social y realizar cuatro spots publicitarios que puedan ser más virales en los medios de comunicación que tiene la cooperativa, como lo enuncia el texto de la editorial McGraw-Hill La Comunicación Publicitaria: el spot publicitario es un relato de veinte segundos en donde se pública los beneficios de un servicio.<sup>5</sup>

Con todo y lo anterior es evidente que la realización de este proyecto es importante para Financiera Comultrasan y su Fundación ya que contribuye al fortalecimiento de la imagen de la organización como entidad socialmente responsable cumpliendo así con el séptimo principio cooperativo, el interés por la comunidad, en donde las cooperativas trabajan para el desarrollo sostenible de sus comunidades mediante políticas aprobadas por sus miembros.

Este trabajo busca que la institución, logre posicionarse en el mercado como una entidad comprometida con la comunidad, por eso se pretende plasmar en estos productos audiovisuales las acciones que ha venido realizando la cooperativa Financiera Comultrasan a través de su Fundación, buscando mejorar la calidad de vida de los asociados y la comunidad en general.

---

<sup>4</sup>PINEDA, Jorge, El video corporativo como fuente de poder en las organizaciones, caso almacenes Éxito. Trabajo de grado para optar al título de Comunicador con énfasis en Lenguajes Audiovisuales. Medellín; Universidad de Medellín. Facultad de Comunicación.

<sup>5</sup> Editorial McGraw-Hill. [En línea] [Citado el: 26 de Febrero de 2015.] <http://www.mcgraw-hill.es/bcv/guide/capitulo/8448199235.pdf>.

Finalmente en este trabajo se abordará el proceso y la metodología que se implementó para el desarrollo de este proyecto que contó con el apoyo de la productora EKENTRETENIMIENTO.

## **1. CONTEXTO INSTITUCIONAL**

### **1.1 Reseña Histórica Financiera Comultrasan**

En noviembre 23 de 1962 nace la cooperativa UTRASAN como una necesidad de la unión de trabajadores de Santander de crear un organismo de crédito para los trabajadores, debido a que parecían estar excluidos de este servicio por parte del sector financiero.

Fue así como un día lunes en una reunión concurrida 33 personas se asociaron y aportaron un capital de \$350 con un aporte entre \$10 y \$20. Los que no se decidieron a participar, lo hicieron por desconfianza, poco deseo de ahorrar o sencillamente por no tener capacidad económica de hacerlo.

Ante tanto problema pudo más el trabajo de estos dirigentes que incursionaron en áreas económicas y sociales, en donde existían varias necesidades por solucionar para la clase trabajadora, desarrollando así los siguientes servicios;

1963: Ahorro y crédito.

1965: Cooperativas de confecciones.

1966: Cooperativa de servicios asistenciales.

1967: Cooperativa de educación.

1969: Cooperativa de vivienda Colombiana y El Hogar UTC”

1973: Proceso integracionista, apertura de sucursales.

## **1.2 Fundación Comultrasan**

Ubicación: su sede administrativa se encuentra ubicada en la calle 35 # 16 – 43 y la Fundación funciona en el tercer piso actualmente direccionada por la Ingeniera Sandra Jaimes.

Teléfono: 680 – 2000 ext. 3701 – 3702 – 3703

Fundación Comultrasan es una organización sin ánimo de lucro creada en el 2002 por Financiera Comultrasan con el propósito de promover, estimular y divulgar actividades que permitan a nuestros asociados, sus familias y la comunidad en general, generar desarrollo social integral, mediante la participación en los programas y actividades ofrecidas

La Fundación Comultrasan, tendrá como pilar estimular, fomentar y divulgar todo tipo de expresión o actividad artística, cultural, científica, técnica, deportiva, turística, educativa, ambiental o social que propenda por el desarrollo de la solidaridad entre las personas, las organizaciones y la comunidad, con énfasis hacia el sector de la economía solidaria.

### **Misión**

Promueven e integran a la cultura solidaria en las comunidades donde está presente Financiera Comultrasan, aportando a su desarrollo integral, a través de programas y proyectos de base social, para fortalecer el cooperativismo y mejorar la calidad de vida de todos los beneficiados.

## **Visión**

Seremos una organización reconocida en el ámbito regional y nacional por sus programas y proyectos de gran impacto social y apoyo a la iniciativa empresarial, que promueven la cultura solidaria como soporte de todas sus acciones.

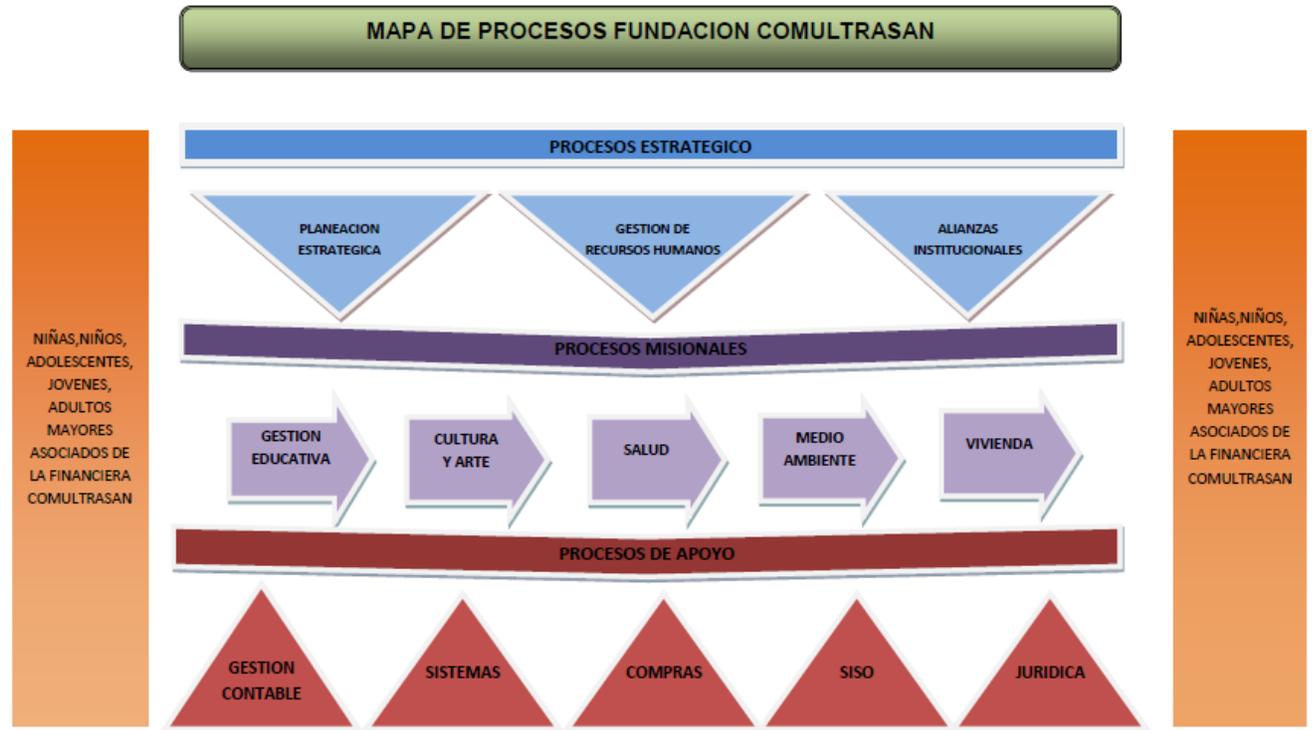
## **Recursos**

Son aportados a través del Fondo de Educación y el Fondo de Solidaridad de Financiera Comultrasan. Así mismo por medio de convenios estatales y empresariales recibimos recursos que nos permiten desarrollar nuestro objeto social.

## **Líneas de Acción:**

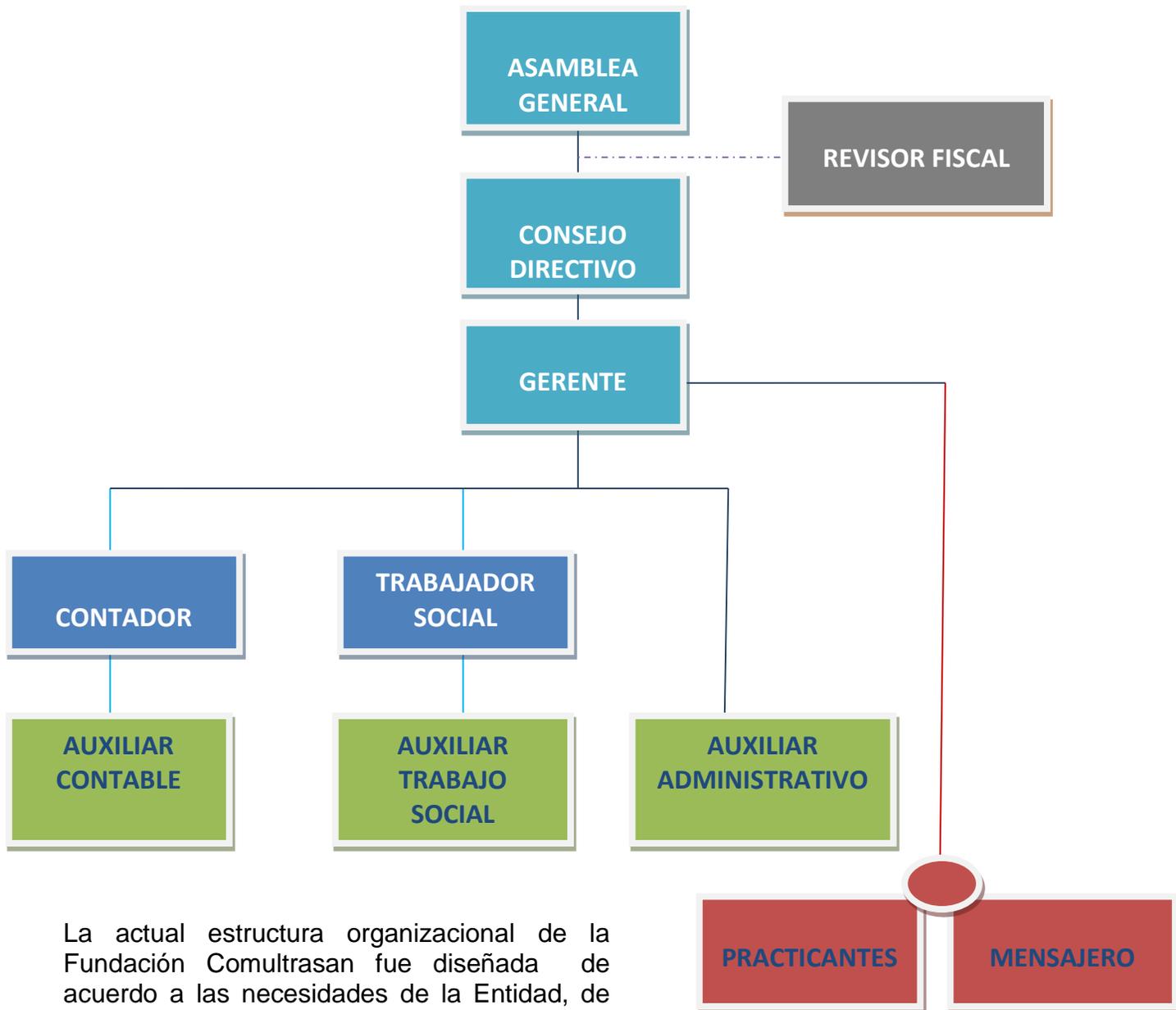
- Gestión Educativa:
  - Educación Formal
  - Educación no Formal
- Gestión empresarial
- Cultura y Arte
- Salud
- Medio ambiente
- Vivienda

### 1.3 Mapa de Procesos: Fundación Comultrasan



*Figura 1. Mapa de Procesos Fundación Comultrasan*

## 1.4 Organigrama Fundación Comultrasan



La actual estructura organizacional de la Fundación Comultrasan fue diseñada de acuerdo a las necesidades de la Entidad, de manera tal que permita la eficiencia en la prestación del servicio. Las funciones y responsabilidades de cada cargo se encuentran descritas en el Manual de Funciones.

## **1.5 Experiencias de Comunicación**

En Fundación Comultrasan se han desarrollado diferentes proyectos comunicacionales los cuales sirvieron de referencia para la formulación de plan de pasantía. A continuación relacionó los más recientes.

2003

La comunicación organizacional como herramienta para el fortalecimiento de una organización naciente: Fundación Comultrasan.

Sandra Milena Delgado

Universidad Pontificia Bolivariana.

2005 (Agosto)

Lanzamiento de Intranet anunciando a los empleados de la Organización el proyecto de la Página Web.

Liderado por Sistemas y el Departamento de Comunicación.

2010

Estrategia de comunicación para el fortalecimiento de la imagen de la organización Fundación Comultrasan en los funcionarios de la Financiera Comultrasan.

Edna Daysir Villagrande Mendoza

Bucaramanga

Universidad Pontificia Bolivariana.

2012

Fortalecimiento interno y externo de la Fundación Comultrasan, en el crecimiento del proceso comunicativo.

En este proyecto se planearon actividades de comunicación institucional, organizacional y mercática en la Fundación Comultrasan, con el fin de mantener informados a los diferentes públicos internos y externos, aportando a mejorar la imagen corporativa y el posicionamiento de la organización

Por: Juan Carlos Rangel Noriega.

Bucaramanga

Universidad Pontificia Bolivariana.

2013

Propuesta para la creación del sitio web para Fundación Comultrasan, como herramienta que permita consolidar los canales de comunicación con los públicos internos y externos

En este proyecto se diseñó una propuesta para la creación e implementación de la página web de Fundación Comultrasan, como herramienta que permita consolidar los canales de comunicación con los públicos internos y externos.

Por: Ana Milena Sánchez León

Bucaramanga

Universidad Pontificia Bolivariana.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 Objetivo General**

Producir contenido audiovisual orientado a la promoción de la responsabilidad social de la cooperativa Financiera Comultrasan y su Fundación.

### **2.2 Objetivos Específicos**

- Realizar el proceso creativo de los guiones para los videos institucionales.
- Coordinar de las fases de la producción audiovisual de cada video.
- Evaluar la producción de los proyectos (postproducción).
- Evaluar el producto final de cada video en cuanto a contenido y forma.
- Apoyar el proceso comunicativo de la Fundación Comultrasan.

### 3. METODOLOGÍA

Para el desarrollo de este proyecto se estableció un cronograma de actividades, en donde para cada objetivo se diseñó una estrategia y unas acciones específicas, estableciendo tiempos de ejecución, como se muestra en la siguiente tabla.

Objetivo	Estrategias	Acciones	Tiempos de ejecución																
			Agosto				septiembre				Octubre				Noviembre				
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Realizar el proceso creativo de los guiones para los videos institucionales	Se definieron los contenidos de los videos, su estructura narrativa e intención comunicativa, duración, publico al que se dirige, uso de la voz off, música.	Se definieron tiempos de los videos, formatos y la intención Comunicativa que debe obedecer a estos.																	
		Se Recopiló la información																	
		Se eligió información para los videos.																	
		Compartió información con el proveedor.																	
		Escritura de los Guion.																	
		Revisión de los Guiones, cambios y correcciones por Financiera y Fundación.																	
		Aprobación de los guiones por las instituciones.																	
		Planes de rodaje de cada video y comercial con descripción de escenas																	
		Revisar plan de rodaje y unificación de locaciones para el orden de Grabación.																	
Planear orden de grabación con fechas.																			
Inician las Grabaciones.																			

Entrega primer Informe de Pasantía.

Objetivo Específico	Estrategias	Acciones	Tiempos de ejecución												
			Diciembre				Enero 2015				Febrero 2015				
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Evaluación del proceso de producción (Postproducción)	El equipo de EKENTRETENIMIENTO inició el proceso de postproducción para realizar primera entrega de los productos audiovisuales	El equipo de EK ENTRETENIMIENTO, inició con el proceso de edición de los cuatro comerciales, el video de Responsabilidad Social de la Cooperativa y el video Institucional de la Fundación C.													
		Entrega de video Institucional, video de Responsabilidad Social, video Institucional y cuatro comerciales.													
		Se realizan cambios sugeridos por el Departamento de Comunicación y Fundación Comultrasan.													
Evaluar el producto final de cada video en cuanto a contenido y forma.	Diseñar formato de evaluación de los productos audiovisuales de acuerdo a los objetivos que se plantearon para cada uno de estos.														
	Programar reunión con el grupo de trabajo del Departamento de Comunicación y el grupo de Trabajo de la Fundación Comultrasan.														
Apoyo al proceso comunicativo de la Fundación Comultrasan.															

Tabla 1. Metodología del Proyecto

## 4. DESARROLLO DE LA METODOLOGIA

### 4.1 Realizar el proceso creativo de los guiones

#### 4.1.1 Definen características y objetivos de los productos audiovisuales

Inicialmente se realizó un proceso de documentación una reunión con la Directora de Comunicación Alix Herrera, la gerente de la Fundación Comultrasan Sandra Jaimes y con el grupo EKENTRETENIMIENTO para definir los tiempos, contenido y la intención Comunicativa que debe obedecer cada uno de los productos quedando de la siguiente manera:

Los tiempos para cada producto audiovisual serán:

- **Video de Responsabilidad Social Financiera Comultrasan: entre cinco a seis minutos.**

**Objetivo:**

Este video busca dar a conocer los programas que la Financiera Comultrasan implementa a través de: donaciones educativas, Club Deportivo y la Fundación Comultrasan, que hacen parte de la responsabilidad social de la Cooperativa.

- **Video Institucional Fundación Comultrasan: entre cinco a seis minutos.**

**Objetivo**

Mostrar y los programas que ejecuta la Fundación Comultrasan a través de sus seis líneas de acción: Gestión Educativa, Gestión Empresarial, Cultura y Arte, Salud, Vivienda, Medio Ambiente y Vivienda.

- **Comerciales**

Se plantearon cuatro spots publicitarios audiovisuales que buscan informar acerca de la responsabilidad social que tiene la Cooperativa desde su actividad económica.

- **Comercial Financiera Comultrasan Asesoría bancaria: 20 segundos.**

**Objetivo**

Este video tiene como objetivo evidenciar el interés de la cooperativa en que sus asociados accedan a los productos que apoyan los proyectos de los microempresarios.

- **Comercial Comultrasan Educación financiera: 20 segundos.**

**Objetivo**

Con este comercial se quiere posicionar a la cooperativa como una entidad que educa financieramente a sus asociados y comunidad en general con el fin de generar equidad y buen servicio

- **Comercial Comultrasan Vida crediticia: 20 segundos.**

**Objetivo**

En Financiera Comultrasan también se ofrece como la primera opción para que los jóvenes puedan acceder a créditos y empiecen a tener vida crediticia.

- **Comercial Semilla cooperativa: 20 segundos**

**Objetivo**

Mostrar el interés y la oportunidad que brinda Financiera Comultrasan a todas las personas que viven en zonas rurales, brindando capacitaciones orientadas a la cultura de ahorro.

**Intención Comunicativa:**

Se realizaron varias reuniones para definir la forma como se iba a presentar cada uno de los videos, atendiendo a las sugerencias del grupo EK ENTRETENIMIENTO, teniendo en cuenta que no se quería que fuera un video netamente explicativo, se sugirió que fuera un video emotivo, informativo que permitiera al espectador conocer la forma en que la cooperativa ejecuta su responsabilidad social a través de diferentes programas.

**4.1.2 Recopilación de información:**

Se realizó una indagación más profunda acerca de la gestión social que realiza la cooperativa, en donde se evidenció que la Financiera Comultrasan desarrolla programas encaminados a:

- Educación financiera en zonas rurales a través de los programas, Semilla Cooperativa y Banca Comunal.
- Donaciones dirigidas a mejorar la situación de las comunidades y de las instituciones educativas.
- Becas educativas otorgadas a los mejores estudiantes del Colegio Gimnasio Superior.
- La Cooperativa Financiera Comultrasan tiene una Fundación Comultrasan que posee seis líneas de acción desde donde beneficia tanto a asociados de la cooperativa como a la comunidad en general,
- Para el disfrute tanto de los colaboradores como de niños y jóvenes la Cooperativa creó hace algunos años el Club Deportivo desde donde se implementa una escuela de Formación futbolística que apoya a niños y jóvenes de diferentes edades.

- Internamente la Cooperativa tiene diferentes espacios con los que brinda un buen ambiente laboral como el spa y las zonas sociales o cafeterías.

#### **4.1.3 Elegir información para los videos**

Después de tener todo este cumulo de información se realizó una depuración para cada video atendiendo a los objetivos que se establecieron inicialmente y a las sugerencias que se dieron en reuniones con Sandra Jaimes Gerente de la Fundación Comultrasan y Alix Herrera Directora del Departamento de Comunicación de Financiera Comultrasan.

**Video de Responsabilidad Social Financiera Comultrasan:** se definió que la información de este video iba a ser todo lo relacionado a donaciones a instituciones educativas, programas de ahorro como: Semilla Cooperativa, Ahorro Domiciliario, ambiente de trabajo en la cooperativa como valor agregado, y actividades representativas que realiza la Fundación Comultrasan ejecutora de la responsabilidad social de la cooperativa.

**Video Institucional Fundación Comultrasan:** se decidió incluir las seis líneas de acción; Gestión Educativa, Gestión Empresarial, Salud, Cultura y Arte, Medio Ambiente y Vivienda, en un inicio y se tomó como referente el informe de Gestión del año 2013, después en una reunión de la Gerente de la Fundación Sandra Jaimes, con el Doctor Jaime Chávez se planteó la unificación de las líneas de acción Gestión Educativa, Gestión Empresarial, decisión que fue acogida para el contenido del video.

### **Comercial Financiera Comultrasan Asesoría bancaria**

Se abordó el video teniendo como referencia la asesoría que se les brinda a los asociados en sus lugares de trabajo.

**Idea principal:** incluso los más fuertes necesitan ayuda algunas veces, en Financiera Comultrasan –más allá de venderle nuestros productos- le asesoramos para que su negocio crezca. Esto es responsabilidad social

### **Comercial Financiera Comultrasan Educación financiera**

Se definieron como contenidos los programas de semilla Cooperativa y Banca Comunal.

**Idea principal:** Aprender cosas nuevas, nos ayuda a crecer. En Financiera Comultrasan educamos en el uso de nuestros servicios financieros tecnológicos. Esto es Responsabilidad Social.

### **Comercial Financiera Comultrasan Vida Crediticia**

Se abordó acerca de la oportunidad que Financiera Comultrasan también se ofrece como la primera opción para que los jóvenes puedan acceder a créditos y empiecen a tener vida crediticia.

**Idea principal:** Las primeras experiencias siempre dejan una huella, para Financiera Comultrasan nuestros jóvenes sin experiencia crediticia también son importantes. Estos es Responsabilidad Social.

### **Comercial Financiera Comultrasan Semilla Cooperativa**

Se planteó mostrar uno de los programas que le ha dado reconocimiento a la Cooperativa ya que brinda asesoría y educación a la población que se encuentra en las zonas rurales, brindándoles la oportunidad de adquirir sus servicios de ahorro y crédito.

**Idea principal:** Aprender cosas nuevas nos ayudan a crecer en Financiera Comultrasan te asesoramos esto es responsabilidad social.

#### **4.1.4 Compartir información con el proveedor**

Teniendo claro los contenidos de cada uno de los productos se hace la respectiva entrega por medio de correos electrónicos al grupo que se contrató para realizar la producción **EK ENTRETENIMIENTO** representada por el señor Pedro Cerquera, el grupo de trabajo estuvo conformado por: Marcos Vera, Mónica Amaya y un auxiliar, quienes tienen aproximadamente una semana para crear los guiones textuales

#### **4.1.5 Revisión y aprobación de los Guiones**

El grupo EK ENTRETENIMIENTO entregó los guiones para que el Departamento de Comunicación y la Gerencia de la Fundación revisaran las temáticas y el manejo que se le dió al contenido que se les suministró para su elaboración, en donde se sugirieron cambios.

Después de realizar los cambios correspondientes a los guiones se compartieron a la Gerencia Ejecutiva de la Cooperativa Financiera Comultrasan a cargo del Doctor Jaime Chávez Suarez quien se encontraba de viaje en este tiempo. Sin embargo esto no afectó el desarrollo del proyecto de acuerdo al cumplimiento que exige la universidad.

## 5. COORDINACIÓN DE LAS FASES DE LA PRODUCCIÓN

### 5.1 Descripción de los planes de rodaje

Teniendo los guiones aprobados se realizaron los planes de rodaje descriptivos de cada uno de los productos audiovisuales. En este proceso se encontró que había coincidencias en los programas que se querían grabar, y las locaciones.

#### 5.1.1 Planes de rodaje de cada video

N. esc-coinciden c	FECHA RODAJE	HORA INICIO	VOZ OFF	DESCRIPCIÓN DE LA ESCENA	LOCACIÓN - SET	ACOTACION ES	EQUIPO TÉCNICO Y UTILERIA	PERSONAJES
1			Las promesas son solo eso, promesas, que solo cuando se convierten en acciones transforman nuestra vida y la vida de los que nos rodean				1.	
2/1res	Día 1	7 am	por eso en Financiera Comultrasan creemos en la transformación social	Contextos de Bucaramanga y su gente. Fachada financiera y empleados de la financiera	Financiera oficina calle 35 definir barrios	Grabar en un momento donde se encuentre poca gente	2. Dolly	2 extras con uniformes de la financiera
3	Día 2		por eso, desde el año 2002 unimos esfuerzos para dar vida a la Fundación Comultrasan	Sala de juntas y una persona explicando el avance de la organización (Diagrama)	Sala de juntas	Toma repetida, pero con diferentes personajes	1. Proyector 2. Computadores 3. Papeles 4. Lapijeros	3 hombres 2 mujeres revisar personas importantes

**Tabla 2. Plan de Rodaje Fundación Comultrasan.**

Con el fin de agilizar la grabación se tuvo en cuenta que los 6 productos audiovisuales guardan una relación entre sí por su contenido, que estaba enfocado a visibilizar los diferentes programas que desarrolla la Cooperativa Financiera Comultrasan desde su accionar a través de la Fundación Comultrasan, por lo tanto se plantea la unificación de los planes en un orden de grabación donde se tengan en cuenta las locaciones que guardan relación entre cada producto para esto se enumeró cada plan de rodaje por escenas.

### 5.1.2 Planeación orden de grabación con fechas

Teniendo lo anterior listo, se programó una reunión con el grupo EKENTRETENIMIENTO en donde se revisó las coincidencias de cada plan de rodaje en locaciones, y se fue construyendo el orden de las grabaciones por bloques utilizando el siguiente formato.

Orden de grabación					
día	Fecha	hora	escenas	descripción	Dirección
1	19 septiembre de 2014	4:00PM	6fund	Grabación de expo-superior	calle 67N°11-29
1	29 septiembre de 2014	6:00PM	22resp	Grabación partido financiera	Cancha Marte
1	30 septiembre de 2014	7.00AM	17resp	Grabación donación	colegio Isidro Caballero delgado diag. 18N° 15-11
2	2 oct	7:00am	2	Fachada calle 35 sectores desatendidos	Calle 35 # 16-43
2	2 oct	10-00am	2res	Fachada Kennedy sectores desatendidos	Carrera 12n # 15n - 109

**Tabla 3. Orden de las Grabaciones**

El plan de rodaje se iba reprogramando a medida que se iban grabando escenas, hay que aclarar que no todo se desarrolló como se planeó, como en todo proceso surgieron inconvenientes como falta de compromiso del grupo que se contrató para desarrollar este proyecto, también cambios o cancelación de actividades, de esta manera los planes se iban modificando y se iban desarrollando, así mismo hay que rescatar que se iniciaron a grabar actividades antes de tener el plan de rodaje establecido, porque la idea era que las tomas quedaran muy reales, muy cercanas a lo que realiza la Cooperativa en cada uno de los programas que se ejecutan, de esta manera sí habían actividades que servían para los videos se grababan.

### 5.1.3 Grabaciones

Teniendo en cuenta lo anterior el grupo EKENTRETENIMIENTO inició grabaciones en forma el primero de octubre del 2014 y finalizaron el 30 de noviembre del 2014.

Las locaciones donde se realizaron las grabaciones fueron:

Grabación partido financiera cancha Marte.

Grabación de expo-superior, Colegio Gimnasio Superior

Grabación donación colegio Floridablanca

Fachada oficina Financiera Comultrasan calle 35

Fachada Financiera Comultrasan Kennedy

Fachada Financiera Comultrasan san francisco

Fachada Financiera Comultrasan cumbre

Agencia calle 35: 1 piso, 3 piso, 4 piso y Recepción 3 piso.

Puesta en escena de un funcionario entrega chaqueta y dotación a un nuevo colaborador, 3 piso.

Hombre adulto atendido en agencia virtual 1°

Joven atendido agencia calle 35

Clase de danza en C'Danza

Auditorio menor Financiera Comultrasan

Sala de juntas Colegio Gimnasio superior.

Brigada de salud Aguachica.

Siembra de árboles parque la Flora

Escenas semilla cooperativa en San Alberto

Comercial San Alberto

## **6. EVALUACIÓN DE LA PRODUCCIÓN**

### **6.1 Inicia el proceso de postproducción**

El buen desempeño de las grabaciones se evidenció en la postproducción en donde se tomaron importantes decisiones acerca de la musicalización y la voz que se iba a utilizar para cada producto audiovisual.

Para esto se realizó una reunión con la directora del Departamento de Comunicación de Financiera Comultrasan Alix Herrera, con el fin de elegir la música y la voz para todos los productos audiovisuales incluido el video de la Fundación Comultrasan.

Así mismo el equipo de EKENTRETENIMIENTO inicia el proceso de postproducción para realizar primera entrega de los productos audiovisuales, para esto se programaron reuniones con el equipo de producción para revisar el material que se grabó y utilizar las imágenes más apropiadas siguiendo los guiones de: video de Responsabilidad Social de Financiera Comultrasan, Video Institucional Fundación Comultrasan, y los cuatro comerciales de Responsabilidad Social.

#### **6.1.1 Entrega de video Institucional**

La primera entrega se realizó el 15 de Diciembre del 2014, se entregó video Institucional Fundación Comultrasan, video de Responsabilidad Social Financiera Comultrasan, y los cuatro comerciales de Responsabilidad Social, para revisar locución, musicalización y textos. También se entregaron todas las imágenes que se grabaron para poder obtener los productos audiovisuales.

#### **6.1.2 Se sugieren cambios a los videos entregados**

En esta entrega la directora del Departamento de Comunicación Alix Herrera se encontraba de vacaciones por lo que en la reunión que se hizo para definir música y voz le dio las directrices a la profesional Jeanette Téllez quien en este caso fue quien recibió los proyectos de video de Responsabilidad Social Financiera

Comultrasan, y los cuatro comerciales de Responsabilidad Social y la Gerente de la Fundación Comultrasan, recibió el video Institucional Fundación Comultrasan, a los cuales se les sugirieron los siguientes cambios:

- **Video de Responsabilidad Social**

- Los textos se pierden en las partes que hay imágenes muy claras y es el tamaño de la letra no es el adecuado, también se sugiere que tengan en cuenta el manual de la marca de Financiera Comultrasan porque el tipo de letra que se utilizó no es.
- Se sugiere que se revise la secuencia de imágenes porque hay partes donde las imágenes están corridas.
- Se plantea el cambio de la plantilla final de todos los productos porque la que se utilizó no lleva las leyendas legales.
- También se pide que se modifique la voz off hay partes en donde se evidencia un serio problema de dicción por parte del locutor.

- **Video Institucional Fundación Comultrasan**

- Se sugieren cambios de tipografía para los textos.
- La gerente de la Fundación pide que se cambie el final del video argumentando que debe ser más emotivo y no tan plano.

- **Comerciales de Responsabilidad Social**

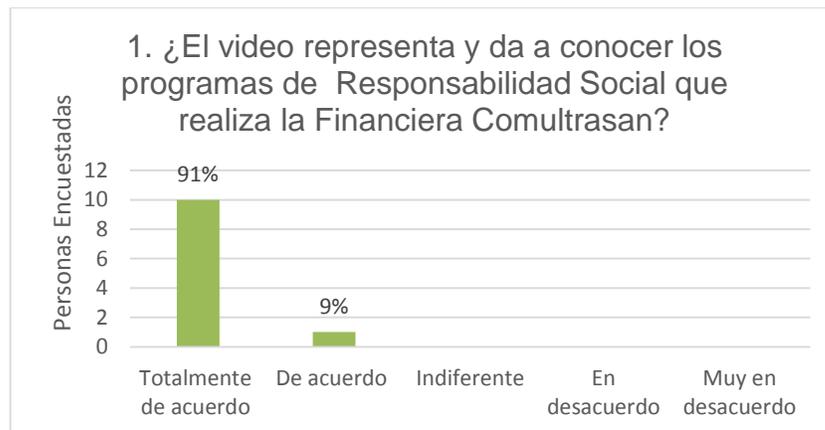
- Para los cuatro comerciales se sugiere un cambio de voz off ya que el locutor evidencia problemas de dicción.

## 7. EVALUACIÓN DE LOS PRODUCTOS FINALES

Teniendo en cuenta que todos los productos van orientados al tema de responsabilidad social de la cooperativa sería pertinente manejar el mismo formato para la evaluación de los mismos.

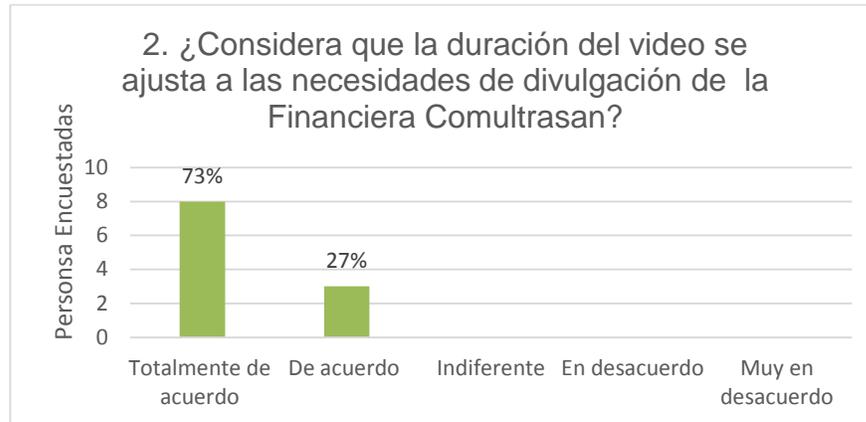
Para lo anterior se diseñó una encuesta tipo evaluativa que a su vez contenía preguntas dicotómicas preguntas categorizadas y de estimación. En una escala de Likert,

La encuesta se aplicó a once personas en la sala de juntas del tercer piso del edificio administrativo de la Cooperativa Financiera Comultrasan, los resultados fueron los siguientes:



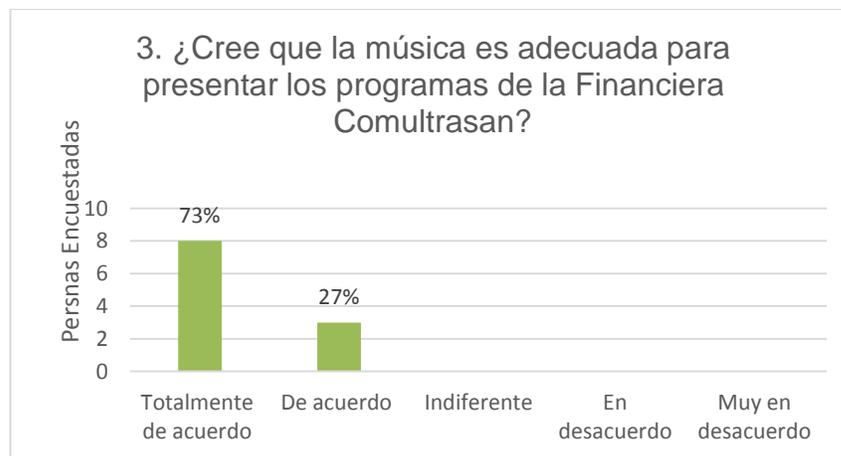
**Gráfico 1. El video representa los programas de responsabilidad social**

El 91% de las personas encuestadas manifestó que el video representa y da a conocer los programas de Responsabilidad social que desarrolla la Cooperativa.



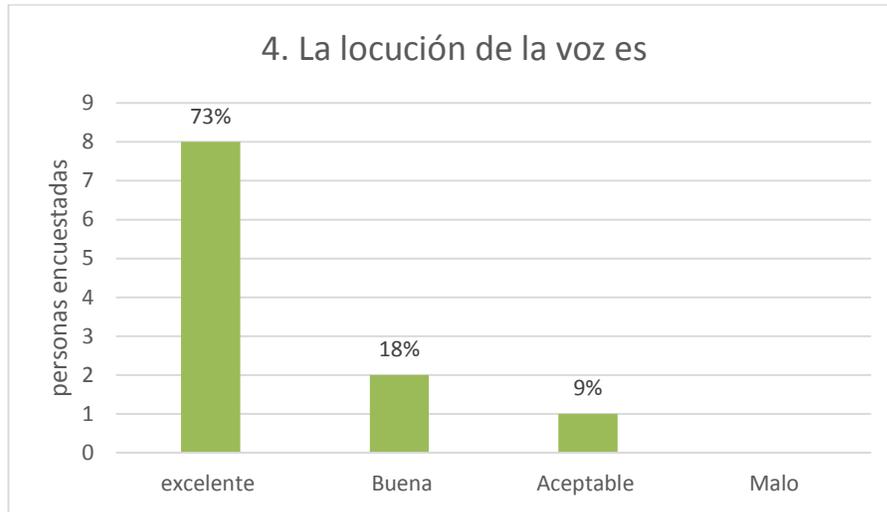
**Gráfico 2. La duración del video es la correcta**

Un 73% de las personas encuestadas está de acuerdo en que el tiempo empleado para los videos fue el adecuado y un 27% está de acuerdo.



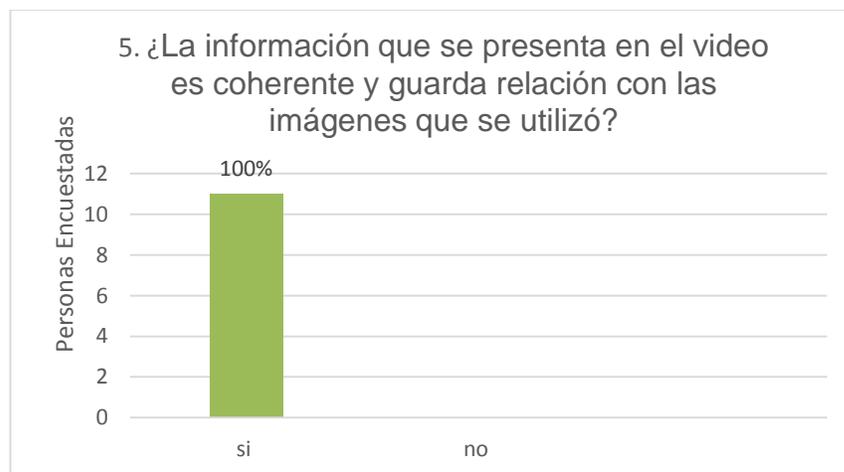
**Gráfico 3. La música es la adecuada para el video**

En general todos los encuestados respondieron que la música es la adecuada para dar a conocer por medio de video los programas de responsabilidad social que realiza la Cooperativa.



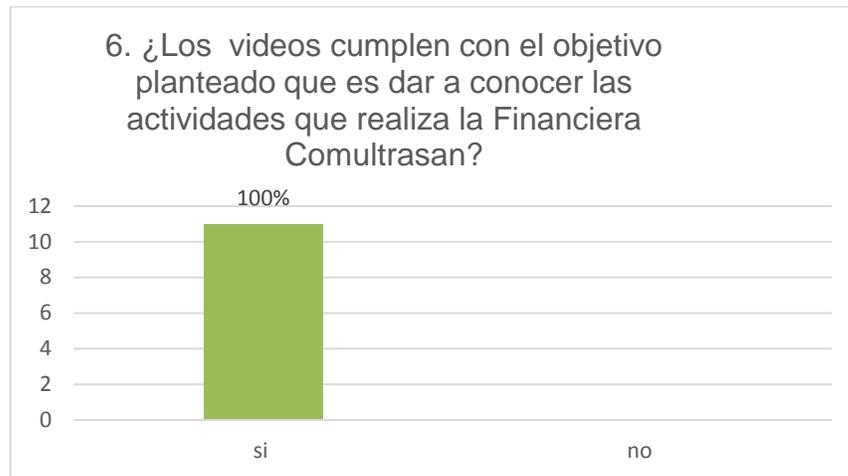
**Gráfico 4. Calificación de la locución**

Mientras un 9% de los encuestados dice que la locución de la voz no es aceptable un 73% afirma que la locución es excelente.



**Gráfico 5. La información es coherente**

Las 11 personas encuestadas contestaron que la información presentada en cada uno de los videos es coherente y tiene relación con las imágenes que se utilizaron.



**Gráfico 6. Los videos cumplen el objetivo planteado**

El 100% de las personas encuestadas contestaron que el video si cumple con el objetivo planteado.

En la pregunta número siete todos los encuestados aciertan al responder que las imágenes si evidencian el sentido social de Financiera Comultrasan argumentando que:

- Las imágenes directamente relacionadas con cada actividad nombrada.
- Plasman de forma natural el quehacer de la cooperativa.
- Se evidencia el compromiso que tiene Financiera Comultrasan con sus asociados y comunidad en general.
- Muestra a través de ejemplos cotidianos las actividades diarias de la cooperativa.
- Son ejemplos claros de lo que Financiera Comultrasan busca para sus asociados.
- Porque no se limita a las acciones desarrolladas por su fundación si no que son integrales.
- Demuestra lo que realiza y compone a la Cooperativa.

- Es la realidad en que se mueve Financiera Comultrasan entre otros.

Por último en la pregunta número ocho los encuestados acertaron en decir que los en los videos se da a conocer los programas que desarrolla la Financiera Comultrasan en su responsabilidad social y que se evidencia el compromiso con la comunidad.

## 8. ACTIVIDADES PARALELAS

Adicional al desarrollo de los proyectos audiovisuales se apoyó el proceso comunicativo de la Fundación Comultrasan, actividades que se describen a continuación.

### **Actividades realizadas**

- Se llevó registro fotográfico de todas las actividades que se desarrollaron en la Fundación Comultrasan como:

**Estaciones Saludables:** Son jornadas de salud gratuitas que se realizan en las agencias del Área Metropolitana, los servicios que se brindan son: optometría y medicina general.

**Brigadas de Salud:** en las agencias de Valledupar, carrera 11, calle 35, San Vicente, Puerto Wilches, Sabana de Torres, Unipamplona, Cimitarra. La Fundación Comultrasan lleva a 600 personas aproximadamente por municipio, servicios médicos especializados en salud que buscan prevenir y detectar enfermedades en los asociados a la cooperativa, sus familias y comunidad en general, mediante exámenes como osteoporosis, chequeos médicos, examen de optometría, electrocardiograma, higiene oral para niños, etc.

- ◆ semifinales y finales de teatro por un sueño, talleres de pintura.

**Teatro por un Sueño:** Proceso de formación artística en danza y/o teatro en jóvenes estudiantes de secundaria de instituciones educativas públicas y privadas de Bucaramanga y su área metropolitana, con el fin de realizar un festival en el que se eligen tres ganadores de las muestras culturales. Todo el proceso va acompañado de talleres de sensibilización sobre el manejo responsable de la vida y la sexualidad.

- ◆ Taller de iniciación musical 'Musicosquilleos'.

Es un curso musical dirigido a los hijos de los colaboradores con el fin de aprovechar el tiempo libre y despertar el amor por la música.

- ◆ Feria Empresarial Colegio gimnasio superior.

Evento en donde los estudiantes de los diferentes grados de la institución presentan sus propuestas de emprendimiento e innovación.

- ◆ Huellas Comunales San Alberto, Aguachica, Zapatoca y Duitama.

Proyecto piloto que se desarrolló en seis de las agencias de Financiera Comultrasan en donde la comunidad por medio de una muestra cultural concursaba por un premio de hasta cuatro millones de pesos destinados a desarrollar el proyecto con el cual participaron que tiene como objetivo beneficiar a la comunidad.

- Redacción de Comunicados de prensa para enviar a medios de comunicación sobre:
  - ◆ Brigadas de salud: descrita anteriormente
  - ◆ Primera Semana del Arte de Financiera Comultrasan

Es un proyecto que busca incentivar en niños y jóvenes estudiantes de primaria y secundaria el rescate de los valores a través de manifestaciones literarias y artísticas articuladas en tres proyectos: Concurso Infantil de Cuento "Cuentos que dan Sombra", Concurso de Pintura "Pinta vida por una Naturaleza viva" y Festival de Teatro por un Sueño "Al Ritmo de tu Vida".

- ◆ Celebración del día del pensionado.

Actividad en donde se promueve la cultura y arte con personas de la tercera edad, se presenta un grupo artístico y se les brinda una tarde de esparcimiento y diversión a los asistentes como premio a su confianza en la Cooperativa Financiera Comultrasan.

- ◆ Huellas Comunales en seis agencias de Financiera Comultrasan: San Gil, Socorro, Zapatoca, San Alberto, Aguachica, Duitama. (descrita anteriormente).
- Preparar informes semanales para la publicación de Infoclick, con la descripción de los eventos ejecutados por la Fundación Comultrasan.

Infoclick es el boletín informativo semanal que tiene Financiera Comultrasan para dar a conocer a todos los colaboradores los eventos y actividades.

- Redacción de contenidos para proyectos como:
- Semana del Arte de Financiera Comultrasan.
  - Escritura de guiones para el Contact Center.
  - Redacción de guiones para la cuña radial de la semana del Arte y Huellas Comunales.
  - Realizar cotizaciones y contratación con RCN, CARACOR RADIO, U107, para la divulgación y promoción del proyecto I semana del Arte de Financiera Comultrasan.

- Actualizar cartelera

Mensualmente se actualiza la cartelera con noticias sobre los proyectos que realiza la Fundación Comultrasan para enviar a todas las oficinas de Financiera Comultrasan.

- Redactar orden del día para cada evento.
  - Llevar base de datos de: concurso de cuentos “Cuentos que dan Sombra” del proyecto I semana del Arte de Financiera Comultrasan.
  - Convocar a periodistas a los diferentes eventos de la Fundación Comultrasan.
- Elaboración planes de medios internos y externos, que requiera la Fundación, para el fortalecimiento de sus actividades.

Se elaboró el plan de medios para la apertura de una nueva agencia en el municipio de Codazzi – Cesar.

- Redactar contenidos informativos para los diferentes medios internos y externos de la organización, tales como: carteleras, impresos, plegables, guiones comerciales de campañas o actividades.

## 9. RESULTADOS

Como resultado final de la pasantía y de acuerdo a los objetivos planteados se cumplió en la mayoría de estos:

### **Producción de video**

- Video de Responsabilidad social Financiera Comultrasan

Este video se da a conocer los programas que la Financiera Comultrasan implementa a través de: donaciones educativas, Club Deportivo y la Fundación Comultrasan, que hacen parte de la responsabilidad social de la Cooperativa con una duración: 5min 30s.

- Cuatro Spots publicitarios de responsabilidad social :

**Asesoría bancaria: 20 segundos.**

Este video tiene como objetivo evidenciar el interés de la cooperativa en que sus asociados accedan a los productos que apoyan los proyectos de los microempresarios.

**Educación financiera: 20 segundos.**

Con este comercial se quiere posicionar a la cooperativa como una entidad que educa financieramente a sus asociados y comunidad en general con el fin de generar equidad y buen servicio

**Vida crediticia: 20 segundos.**

En Financiera Comultrasan también se ofrece como la primera opción para que los jóvenes puedan acceder a créditos y empiecen a tener vida crediticia.

- **Video Institucional Fundación Comultrasan:**

Este video muestra los programas que ejecuta la Fundación Comultrasan a través de sus seis líneas de acción: Gestión Educativa, Gestión Empresarial, Cultura y Arte, Salud, Vivienda, Medio Ambiente y Vivienda con una duración: 5min con 15s.

En cuanto a los logros de aprendizaje realizados durante la pasantía el hecho de conocer el proceso comunicativo de Financiera Comultrasan permitió poner en práctica los conocimientos sobre comunicación organizacional y especialmente la aplicación y el uso del video en procesos de reconocimiento institucional, posicionamiento de marca, servicio al cliente en cumplimiento de la visión y la misión enmarcados en la cultura cooperativa.

## 10. CONCLUSIONES

- Al revisar el material audiovisual que se presenta como estrategia externa de divulgación de la responsabilidad social se encuentra con que esta desactualizado con relación a los nuevos programas que se ha implementado en la Fundación.
- Cuando se trabaja en un proyecto audiovisual es indispensable el apoyo de todas las áreas, para lograr un buen resultado, el compromiso y la responsabilidad de la productora facilita o complica el desarrollo oportuno de estos.
- La producción en su totalidad se realizó teniendo como resultado la entrega final de todos los productos audiovisuales que tenían como propósito divulgar la responsabilidad social que caracteriza a la Financiera Comultrasan donde hace presencia.
- En la Fundación Comultrasan la comunicación es un proceso fundamental para el fortalecimiento de la comunicación externa y la divulgación de las actividades de la Financiera Comultrasan y su Fundación.
- Fundación Comultrasan es una entidad que realiza grandes proyectos de responsabilidad social que deben ser reconocidos en la comunidad, por lo tanto es importante contar con un presupuesto que permita la producción audiovisual que resalte esta línea de trabajo.

- Se logró en su mayoría cumplir con el propósito inicial que dio pie a este proyecto, aunque desde la logística de los proveedores fue bastante complicado.
- Es evidente que cuando se desarrollan proyectos con gente ajena a la empresa se incurre en que no siempre se trabaje al ritmo que se necesita, en este proyecto las dificultades fueron siempre por el incumplimiento y la falta de responsabilidad del grupo EKENTRETENIMIENTO quienes a pesar de tener gran conocimiento en el manejo de imágenes y producción, les hace falta profesionalismo.
- Estos espacios permiten a los estudiantes aplicar los conocimientos adquiridos en la academia aportando al desarrollo de proyectos que mejoren la comunicación interna y externa de la organización.
- El aprendizaje es más valioso cuando se desarrolla en empresas que tienen una cultura corporativa basada en el servicio haciendo posible que estudiantes universitarios logren afianzar sus conocimientos y dejar un valor agregado a la entidad.

## 11. RECOMENDACIONES

- Al obtener los productos finales de los videos es importante crear estrategias de divulgación en los diferentes medios de comunicación que permitan dar a conocer el sentido social que tiene la Cooperativa y Su Fundación.
- Es importante tener un proceso de selección para servicios de producción audiovisual en donde se estudien características que permitan conocer la trayectoria , experiencia y responsabilidad que ha tenido en sus anteriores trabajos con el fin de lograr un trabajo de alta calidad y sin contratiempos.
- Tener presente que el video es un medio para transmitir y dar a conocer de forma dinámica y atractiva el portafolio de servicios, por eso es importante que se tenga presente las nuevas formas tecnológicas que permitan mejorar la presentación de la institución hacia la comunidad.
- Se debe reafirmar la alineación del trabajo de la Fundación Comultrasan con otros departamentos en donde se evidencie una cooperación y ayuda para mejorar los procesos y el desarrollo de los programas de la entidad.
- Fomentar estrategias para dar a conocer la ardua labor de la Fundación Comultrasan, hay muchas personas, incluso colaboradores que no tienen claro cuáles son los proyectos y el trabajo que debe realizarse en cada una de las actividades.

## BIBLIOGRAFIA

- DELGADO, Sandra. La comunicación organizacional como herramienta para el fortalecimiento de una organización naciente. Trabajo de Práctica Comunicación Social. Bucaramanga; Universidad Pontificia Bolivariana. Facultad de Comunicación Social; 2003.
- FREIXAS, Diego. Universidad de Palermo. [En línea] [Citado el: 17 de Febrero de 2015]  
[http://www.palermo.edu/dyc/opendc/opendc2010\\_2/apuntes/EI%20video%20institucional069.pdf](http://www.palermo.edu/dyc/opendc/opendc2010_2/apuntes/EI%20video%20institucional069.pdf).
- Fundación Comultrasan. “Información general de la organización”. Disponible en el manual de calidad de la entidad: Fundación Comultrasan.
- Liderado por Sistemas y Comunicación, Lanzamiento del Sitio a nivel interno, anunciando a los empleados de la Organización el proyecto de la Página Web. Bucaramanga; 2005.
- PINEDA, Jorge, El video corporativo como fuente de poder en las organizaciones, caso almacenes Éxito. Trabajo de grado para optar al título de Comunicador con énfasis en Lenguajes Audiovisuales. Medellín; Universidad de Medellín. Facultad de Comunicación.
- VILLAGRANDE, Edna Daysir. Estrategia de comunicación para el fortalecimiento de la imagen de la organización Fundación Comultrasan en los funcionarios de la Financiera Comultrasan. (Trabajo de pasantía).

Bucaramanga; Universidad Pontificia Bolivariana. Facultad de Comunicación Social; 2010.

- RANGEL, Juan. Fortalecimiento interno y externo de la Fundación Comultrasan, en el crecimiento del proceso comunicativo. Trabajo de Grado para optar al título de Comunicador Social – Periodista. Bucaramanga. Universidad Pontificia Bolivariana. Departamento de Ciencias Sociales. Facultad de Comunicación Social. 2012.
- SÁNCHEZ, Ana Milena. Propuesta para la creación del sitio web para Fundación Comultrasan, como herramienta que permita consolidar los canales de comunicación con los públicos internos y externos. (Trabajo de pasantía). Bucaramanga; Universidad Pontificia Bolivariana. Facultad de Comunicación Social; 2013.

## **ANEXOS**

**ANEXO A:** Ficha Técnica Spot Semilla Cooperativa

**ANEXO B:** Ficha Técnica Spot Asesoría Bancaria

**ANEXO C:** Ficha Técnica Spot Educación Financiera

**ANEXO D:** Ficha Técnica Spot Inclusión Financiera

**ANEXO E:** Ficha Técnica video Institucional Fundación Comultrasan

**ANEXO F:** Ficha Técnica video de Responsabilidad Social Financiera Comultrasan

**ANEXO G:** Informe de gestión Fundación Comultrasan.

**ANEXO H:** Información Colegio Gimnasio Superior.

**ANEXO I:** Guión voz off Video Institucional Fundación Comultrasan.

**ANEXO J:** Guión voz off Video Responsabilidad social Financiera Comultrasan

**ANEXO K:** Orden del día.

**ANEXO L** Programas de Microfinanzas.

**ANEXO M:** Plan de Rodaje video de Responsabilidad Social Financiera Comultrasan.

**ANEXO N:** Plan de Rodaje video institucional Fundación Comultrasan.

**ANEXO O:** Publicación Intranet Financiera Comultrasan

**ANEXO P:** Registro Fotográfico.

**ANEXO Q:** Redacción Primera Semana del Arte.

**ANEXO R:** Redacción Infoclick.