

DISEÑO DE PLAN DE PRODUCCIÓN Y PRESENTACIÓN DE CONTENIDOS  
DEL NOTICIERO INSTITUCIONAL DE DAVIVIENDA, SEÑAL ROJA

DIANA CAROLINA PINTO SILVA

TÍTULO A OBTENER:

COMUNICADOR SOCIAL – PERIODISTA

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA- SECCIONAL BUCARAMANGA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO

FLORIDABLANCA/SANTANDER

2013

DISEÑO DE PLAN DE PRODUCCIÓN Y PRESENTACIÓN DE CONTENIDOS  
DEL NOTICIERO INSTITUCIONAL DE DAVIVIENDA, SEÑAL ROJA

DIANA CAROLINA PINTO SILVA

TÍTULO A OBTENER:

COMUNICADOR SOCIAL - PERIODISTA

Trabajo de grado modalidad Pasantía

Fidel Eduardo Sánchez.

Realizador de Cine y Televisión

Supervisor de pasantía

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA - SECCIONAL BUCARAMANGA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL-PERIODISMO

FLORIDABLANCA/SANTANDER

2013

Nota de aceptación:

---

---

---

---

Firma del presidente del jurado

---

Firma del jurado

---

Firma del jurado

Bucaramanga, Marzo 6 de 2013

*Agradezco a Dios por guiarme siempre, por regalarme unos padres maravillosos, Gloria Silva y David Pinto, quienes me educaron y se preocuparon por moldearme para convertirme en la mujer que hoy soy; doy gracias también a mi hermana Andrea Pinto y a mis amigas Sindy Gómez, Naissir Abad, Rita Bula, Rosa Socarrás y Linda Berrío; a mis amigos y cómplices Andrea del Pilar Moreno, Claudia Sandoval, Juan Fáber Arias, Jhon Espinosa y Sebastián Valencia, por acompañarme en todo momento, brindarme sus experiencias y permitirme crecer junto a ellos; a Sergio Moreno Quintero por brindarme su apoyo, cariño y compañía en esta etapa y a todos mis compañeros y maestros de quienes aprendí cada día.*

## AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por brindarme la oportunidad de crecer y formarme como profesional, a mis padres y a mi hermana por su apoyo incondicional y acompañarme en esta experiencia de vida.

A mis jefes Arturo Goyeneche Bermúdez y María Margarita Peñuela, quienes estuvieron pendientes en todo momento de este proceso de aprendizaje y me dieron la confianza necesaria para realizar mis actividades y llevar a cabo el proyecto dentro de la organización; a mi compañera de trabajo María Camila Bohórquez, por acogerme, darme su amistad y compartirme su experiencia en el Banco y a todos mis demás compañeros Diana Marcela Carvajal, Óscar Martín Pérez, Andrés Bermúdez Martínez, Álix Ayda Chacón, Angie Katherine Díaz y Flor Teresa Barreto por todas sus enseñanzas.

También agradezco a mi profesor Fidel Eduardo Sánchez por toda su colaboración y guía en este proceso.

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	
1. MARCO CONCEPTUAL	13
2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	18
2.1 RESEÑA HISTÓRICA	18
2.1. MISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	20
2.2. SERVICIO	20
2.3. EQUIPO HUMANO	20
2.4. ESTRUCTURA ORGANIZACIONALES	21
3. OBJETIVOS	25
3.1 OBJETIVO GENERAL	25
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	25
4. METODOLOGÍA	26
4.1. DESARROLLO DE ACCIONES	26
5. RESULTADOS	29
6. CONCLUSIONES	33
7. RECOMENDACIONES	35
BIBLIOGRAFÍA	37
ANEXOS	38

## LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Estructura de la Junta Directiva de Davivienda	22
Figura 2. Estructura de Presidente y Representantes legales	23
Figura 3. Estructura de primer nivel de Banco Davivienda	24
Figura 4. Estructura de Vicepresidencia de Gestión Humana	25

## LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. GUIÓN DE BLOQUE DE BIENESTAR SEÑAL ROJA EMISIÓN ABRIL

ANEXO B. BANNERS CAMPAÑA DE EXPECTATIVA CONCURSO  
CORRESPONSALES

ANEXO C. FORMATO DE INSCRIPCIÓN DE CORRESPONSALES EN LA  
INTRANET

ANEXO D. FOTOS CASTING

ANEXO E. KIT DE CORRESPONSALES

ANEXO F. PROGRAMACIÓN TALLER DE PRESENTACIÓN



## RESUMEN GENERAL

**TÍTULO:** DISEÑO DE PLAN DE PRODUCCIÓN Y PRESENTACIÓN DE CONTENIDOS DEL NOTICIERO INSTITUCIONAL DE DAVIVIENDA, SEÑAL ROJA

**AUTOR:** DIANA CAROLINA PINTO SILVA

**FACULTAD:** COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO

**SUPERVISOR:** FIDEL EDUARDO SÁNCHEZ

## RESUMEN

El proceso de pasantía se realizó en el Banco Davivienda, organización del sector financiero que durante 40 años ha ofrecido a sus clientes y usuarios un portafolio integral de productos y servicios que atiende las necesidades de personas, empresas, sector rural, minería y energía, con innovación constante y ofertas exclusivas para cada segmento.

En este informe, se presenta el diseño de un plan que permitió innovar y fortalecer la presentación y eficaz comunicación de los contenidos del noticiero Señal Roja, el noticiero interno del Banco. Se exponen claramente los objetivos y las actividades que se plantearon para llevar a cabo dicho plan, las cuales fueron ejecutadas en tiempos definidos dentro de la pasantía. De acuerdo con lo planeado, se logró realizar varios guiones para el noticiero, un concurso de Corresponsales que permitió fortalecer el equipo de presentadores de Señal Roja, incluyendo la realización de un taller de capacitación para los funcionarios que ahora hacen parte del grupo.

Luego de ejecutar cada una de las actividades del plan, se pudo sacar algunas conclusiones y recomendaciones que reafirma la labor del comunicador organizacional quien logra una sinergia entre la comunicación y su público objetivo.

**Palabras Claves:** Comunicación organizacional, video corporativo, cultura organizacional, corresponsales.

## **GENERAL SUMMARY**

**TITLE:** PLAN PRODUCTION DESIGN AND PRESENTATION OF CONTENT IN THE SEÑAL ROJA DAVIVIENDA INSTITUTIONAL NEWS.

**AUTHOR:** DIANA CAROLINA PINTO SILVA

**SCHOOL:** SOCIAL COMMUNICAITON - JOURNALISM

**SUPERVISOR:** FIDEL EDUARDO SÁNCHEZ RINCÓN

## **ABSTRACT**

The internship process was done in the Banco Davivienda, an organization from the financial sector that during 40 year had offer to his clients and users an integral portfolio of products and services that attends the people, enterprises, rural sector, mining and energy needs, with a constant innovation and exclusive offers to each segment.

In this report, presents the design of the plan that allowed innovating and strengthens the presentation and effective communication of the contents in the Davivienda news, Señal Roja. It exposes clearly the objectives and the activities that were raised to make the plan work, which were executed in defined times in the internship. According to the plan, was achieved to make some scripts for the news, a contest of the Correspondents that allowed has a bigger group of hostess for Señal Roja, including a capacitation course for the workers that now are part of this.

After doing each activity of the plan, we can make some conclusions and recommendations that reaffirm the labor of the organizational communicator who achieves a synergy between the communication and his objective public.

**Key Words:** Organizational communication, corporative video, organizational culture, correspondents.

## INTRODUCCIÓN

En las organizaciones los medios de comunicación interna se han posicionado como herramientas necesarias para la comunicación eficiente entre los funcionarios, por eso el rol del comunicador ha pasado de ser un solo generador de información, a un papel completamente reinventado que propende una comunicación de doble vía y más participativa que genere identificación con los contenidos y la recordación de los mismos.

Davivienda ha hecho un uso inteligente de los medios de comunicación, entre ellos la Intranet, el Informador Express, los portales de internet y el medio audiovisual con su noticiero organizacional Señal Roja que se emite mensualmente y del que se hablará en este trabajo.

En el Banco los medios internos se han convertido en parte importante de la cultura organizacional, desde directivos hasta funcionarios han creado un vínculo fuerte con la información gracias al Informador Express, la Intranet y Señal Roja, medios posicionados por su labor informativa y comunicativa que ha permitido a toda la Organización la oportunidad de conocerse y participar.

Se considera realmente importante que para el desarrollo de una buena comunicación y una transmisión de información eficaz, todas las sucursales deberían saber sobre los medios de comunicación de Davivienda y participar de ellos como público objetivo y como generadores de contenido del mismo.

Debido a la poca participación de las sucursales en cuanto a la generación de información acerca de las filiales en los medios manejados en la organización, se hace importante y necesario crear un plan que permita aumentar e incentivar el apoyo de los Corresponsales desde sus filiales en la transmisión de información por los canales de comunicación de la empresa, lo que a su vez aumentaría la competitividad entre las oficinas por generar contenidos.

Para optimizar el uso de dichos medios, a continuación se expone un plan estratégico propuesto, con fases identificables, que permitió apoyar y coordinar la producción de contenidos y trabajo de Corresponsales del noticiero Señal Roja de Davivienda, que a su vez buscó fortalecer el desempeño de los Corresponsales en el envío de información de sus oficinas, con esto, los distintos puntos de Davivienda se darán a conocer ante las otras filiales que se encuentran en toda Colombia mediante los medios de comunicación, en especial el noticiero institucional.

Las directivas también hacen un llamado a interiorizar todas estas prácticas emocionales que identifican y posicionan a la organización dentro del mercado financiero como un Banco cercano, familiar y dispuesto a apoyar al crecimiento de la sociedad con proyectos personales que aumentan la confianza por parte de los clientes y usuarios.

## 1. MARCO CONCEPTUAL

La comunicación organizacional, desde el punto de vista teórico es considerada como “un proceso dinámico por medio del cual muchas organizaciones estructuran sus diferentes subsistemas y se relacionan con el medio ambiente”<sup>1</sup> que en este caso es interno, el cual se construye a partir del conocimiento de distintas áreas del Banco y con el vivir y sentir de los funcionarios. Además, fomentar el hábito de consultar los medios internos es lo que ha hecho que dicha relación entre las áreas sea cada vez más estrecha y haya un interés en conocer todo lo relacionado con ellas.

Entonces, la cultura organizacional se ha construido con dos pasos importantes, uno de ellos es “la comunicación en el aprendizaje de los valores que constituyen el núcleo ideológico de la cultura y el otro la comunicación en la identificación rápida de quiénes somos”<sup>2</sup> y dichos medios han ayudado a ello, pues toda la organización, a nivel nacional y ahora internacional, han experimentado el fortalecimiento de la cultura debido a los medios de comunicación.

Por otra parte, ese interés es el resultado de una fuerte cultura organizacional que se ha desarrollado en el Banco, debido a la gestión y la preocupación planteada desde sus inicios por el equipo de socios fundadores de la organización, quienes tuvieron prioridad por contar con un equipo humano con valores y principios éticos, una planta de funcionarios humanos, participativos y activos. Por eso, se creó y se ha mantenido durante varios años la cultura de la información y la comunicación, son ellos mismos quienes han permitido que los medios internos de comunicación del Banco hoy día estén posicionados.

Como se mencionó anteriormente, el Banco cuenta con un noticiero interno llamado Señal Roja y con un informativo, el Informador Express, los cuales se alimentan de información proporcionada no sólo por las áreas de Dirección

---

<sup>1</sup> ALMENARA ALOY, Jaume, ROMERO DELGADO, Marina, ROCA PÉREZ, Xavier. Comunicación Interna en la Empresa. Editorial UOC. Barcelona, 2005. Pág 50.

<sup>2</sup> NOSNIK OSTROWIAK, Abraham. Cultura Organizacionales: origen, consolidación y desarrollo. Primera edición Netbiblio. España, 2005, pág 71.

General sino por todas las sucursales donde Davivienda se encuentra. Por eso, se considera realmente importante que para el desarrollo de una buena comunicación y una transmisión de información eficaz, todas las sucursales deberían aportar a los medios de comunicación de Davivienda y participar de ellos como público objetivo y como generadores de contenido del mismo. Desde funcionarios hasta directivos, deben conocer las actividades que se llevan a cabo en las distintas oficinas y compartir o dar a conocer información de otro tipo que se genere al interior de la empresa.

En relación con esto, la televisión corporativa se ha convertido en una herramienta clave para las organizaciones, hoy día el diario vivir, la cultura organizacional y la personalidad de cada empresa se construye y se fortalece a partir de la imagen y el contenido que cada organización se preocupa por transmitir a sus funcionarios. Es así, como el video institucional es un elemento más en el trabajo corporativo donde se comparte información y experiencias claves en el desarrollo interno y comercial de las organizaciones, en este caso del Banco Davivienda S.A.

En el caso particular de Davivienda, su noticiero interno Señal Roja se emite los primeros días de cada mes y para ello se reúnen las Áreas Administrativas y las Oficinas de Servicio del Banco y sus Filiales, quienes se informan y actualizan sobre los últimos acontecimientos y noticias relevantes de la organización; entre ellas noticias relacionadas con seguridad, productos, estrategias, cultura organizacional, etc.

Entonces, el video institucional aplicado al uso que le da el Banco Davivienda, se puede definir, citado por Fernando Galindo Rubio, en palabras de Cebrián Herreros como un video que “tiende 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...”<sup>3</sup>, es decir que según el interés de la información, este se puede segmentar para que llegue a quienes debe llegar, por eso el noticiero Señal Roja tiene dos menús, uno general que es el primero y otro para públicos especiales que es el menú dos.

---

<sup>3</sup> GALINDO RUBIO, Fernando. Comunicación Audiovisual Corporativa: un modelo de producción. Editorial: Universidad Pontificia de Salamanca. Madrid, España. Pag 668.

Además, “el nuevo modelo de video institucional aplica un nuevo esquema de comunicación audiovisual corporativa. La organización, con una identidad ya definida a través de sus correspondientes estructuras profesionales, elabora un guión audiovisual que es producido y difundido a través de los nuevos medios de comunicación masiva...”<sup>4</sup>, información que el receptor interpreta y reconstruye a partir de sus experiencias y vivencias en la empresa; es él quien conceptualiza e interioriza toda la información suministrada por el noticiero institucional del Banco.

Así mismo, el video organizacional también 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”<sup>5</sup> y es así como funciona Señal Roja, con notas informativas de las distintas áreas del Banco, incluyendo las del Área de Comunicaciones y Bienestar, bloque especializado en las actividades culturales y recreativas organizadas para los funcionarios.

De esta manera, el medio audiovisual ha contribuido a la creación y fortalecimiento de la cultura organizacional de Davivienda, una cultura fuerte y consolidada basada en la práctica de principios y valores éticos y corporativos. Así entonces, el éxito de esta cultura se ha dado gracias a la Comunicación Audiovisual Corporativa, estudio interdisciplinar que se sostiene sobre tres pilares que son la comunicación corporativa, el lenguaje audiovisual y la tecnología audiovisual, 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.

En este sentido, Davivienda siempre quiere innovar y se ha caracterizado por ser creativo no sólo en sus ideas publicitarias sino en los productos comerciales y el manejo de su información interna. Señal Roja ha sido la herramienta ideal para transmitir la información de una manera renovadora en cuanto a la parte

---

<sup>4</sup> CALDEVILLA DOMINGUEZ, David. La cara interna de la comunicación interna. Editorial Visión Libros. Madrid 2010. Pág: 203.

<sup>5</sup> GALINDO RUBIO, Fernando. Comunicación Audiovisual Corporativa: un modelo de producción. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca. Madrid, España. Pag 668.

audiovisual y al lenguaje que emplea, que es un lenguaje cálido, incluyente, participativo y cercano.

Es precisamente ese elemento participativo lo que ha permitido también que Señal Roja se convierta en un símbolo de cultura, identidad y pertenencia, es un noticiero hecho por y para funcionarios, desde los presentadores, actores y demás equipo de producción está conformado por trabajadores de las Áreas Administrativas y Oficinas de Servicio de Davivienda quienes siempre están dispuestos a colaborar con la elaboración de las notas. De aquí nace también la idea de crear un grupo de Corresponsales, que son netamente de la organización y quienes representan a sus sucursales en el noticiero, embajadores de su cultura y toda la información importante que se dé al interior de sus regiones.

La participación de los funcionarios en Señal Roja, ha generado entonces ese interés por buscarse e identificarse dentro de los contenidos del informativo, ver su diario vivir y lo que los caracteriza es seguramente el elemento más importante, pues gracias a éste se puede seguir construyendo cada mes un noticiero que es visto y aceptado por quienes lo reciben.

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 propicien una recepción individual, voluntaria y atenta”<sup>6</sup> y este tipo de video es el que precisamente se utiliza para transmitir todos aquellos elementos que hacen fuerte la cultura organizacional, los valores, principios, la ética y el calor humano que caracteriza a los funcionarios de Davivienda, permitiendo también la proyección de una buena imagen de la empresa a través de ellos, característica resaltable ante el trato de trabajadores de otros bancos.

---

<sup>6</sup> GALINDO RUBIO, Fernando. Comunicación Audiovisual Corporativa: cómo audiovisualizar la identidad de las organizaciones. Publicaciones Universidad Pontificia, Salamanca. 2004. Pág: 65.



## **2. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

Durante 4 décadas Davivienda ha participado activamente en la construcción de Colombia y se ha convertido en un referente importante en el sector financiero del país. Hace parte del Grupo Empresarial Bolívar, que por más de 70 años ha acompañado a las personas, a las familias y a las empresas en el cumplimiento de sus objetivos.

Davivienda es reconocida por el manejo único de su imagen a través de la comunicación convirtiéndose en una de las 5 marcas más valiosas y en el primer banco en recordación publicitaria de Colombia. El portafolio integral de productos y servicios que ofrece, atiende las necesidades de personas, empresas, sector rural, minería y energía, con innovación constante y ofertas exclusivas para cada segmento.

Es el banco exclusivo en Colombia para el manejo de las tarjetas Diners y cuenta con una red de más de 500 oficinas y 1.400 cajeros automáticos propios en cerca 170 ciudades de Colombia. Además de Colombia, tiene operaciones en Panamá, Costa Rica, Honduras, El Salvador y Miami, en los Estados Unidos.

### **2.1. RESEÑA HISTÓRICA**

En 1972 se crea la Corporación Colombiana de Ahorro y Vivienda con el nombre Coldeahorro, una oficina principal en Bogotá y 6 oficinas de atención al público en Bogotá, Medellín, Cali y Barranquilla. La empresa inicia operaciones con 23 funcionarios, un capital autorizado de 60 millones de pesos y la “Casita Roja” como símbolo, vigente hasta la fecha.

En 1973, Coldeahorro cambia su nombre por Corporación Colombiana de Ahorro y Vivienda, Davivienda. Desde entonces la entidad ocupa los primeros lugares en el sector financiero colombiano, innovando con productos y servicios.

En el año de 1997, Davivienda se convierte en banco comercial con el nombre de Banco Davivienda S.A. Su concepto publicitario empieza a manejarse como “Aquí, lo tiene todo”, conservando la imagen de la Casita Roja. Es una entidad joven, dinámica, eficiente y líder en tecnología. A partir de este momento, el Banco Davivienda se enfoca en su consolidación en el sector financiero colombiano.

En 2006, se realiza la fusión entre Davivienda y el Banco Superior, complementando su portafolio de productos, posicionándose en el primer lugar de la banca de personas y consolidándose como líder en productos de consumo en Colombia.

En el 2007, se autoriza la fusión entre Davivienda y Granbanco S.A. Bancafé, que permite a Davivienda tener presencia en Panamá y Miami e incursionar en nuevos nichos de mercado, principalmente en segmentos corporativos y pymes (pequeña y mediana empresa) y en sectores como el cafetero y el agropecuario, con la consecuente diversificación y consolidación de su cartera comercial. Así, su portafolio crediticio se distribuye proporcionalmente en las categorías de vivienda, consumo y comercial.

En el 2010, se culmina el proceso gradual de fusión operativa con Bancafé, sin afectar a los clientes de las dos entidades, prestándoles servicios adicionales y generando mayor eficiencia operativa. Así mismo, se le imprime fuerza a la consolidación comercial de los negocios de banca personal y banca empresarial.

Entre los años 2010 y 2011, Davivienda marca una nueva etapa en la organización con la exitosa emisión de acciones preferenciales, que permitió apalancar su constante crecimiento, agregando mayor valor a sus accionistas y convirtiéndose en una mejor entidad para sus clientes y funcionarios en los países en los que tiene presencia.

En el 2012, en el mes de enero Davivienda firma un acuerdo para que HSBC Costa Rica, HSBC Honduras y HSBC El Salvador formen parte del Banco, fortaleciendo su presencia regional, la adquisición de estas operaciones se

formalizó a final de año marcando el inicio de una nueva etapa en la organización, conservando su foco en agregar valor a clientes, funcionarios y accionistas, con un portafolio ampliado de productos y servicios.

## 2.2. MISIÓN DE LA ORGANIZACIÓN

Generar valor para nuestros accionistas, clientes, colaboradores y terceros relacionados, apoyados en las siguientes destrezas:

- Conocimiento del Cliente
- Manejo del Riesgo
- Tecnología y Procesos
- Innovación
- Sinergia Empresarial
- Conocimiento del Negocio
- Manejo Emocional de las relaciones

## 2.3. SERVICIO

Recientemente los clientes de Davivienda, la han reconocido con el primer lugar en calidad de servicio en el sector financiero del país. Todo esto ha sido posible gracias a los más de 11 mil funcionarios que con talento y exigentes procesos de capacitación, logran ofrecer el mejor servicio.

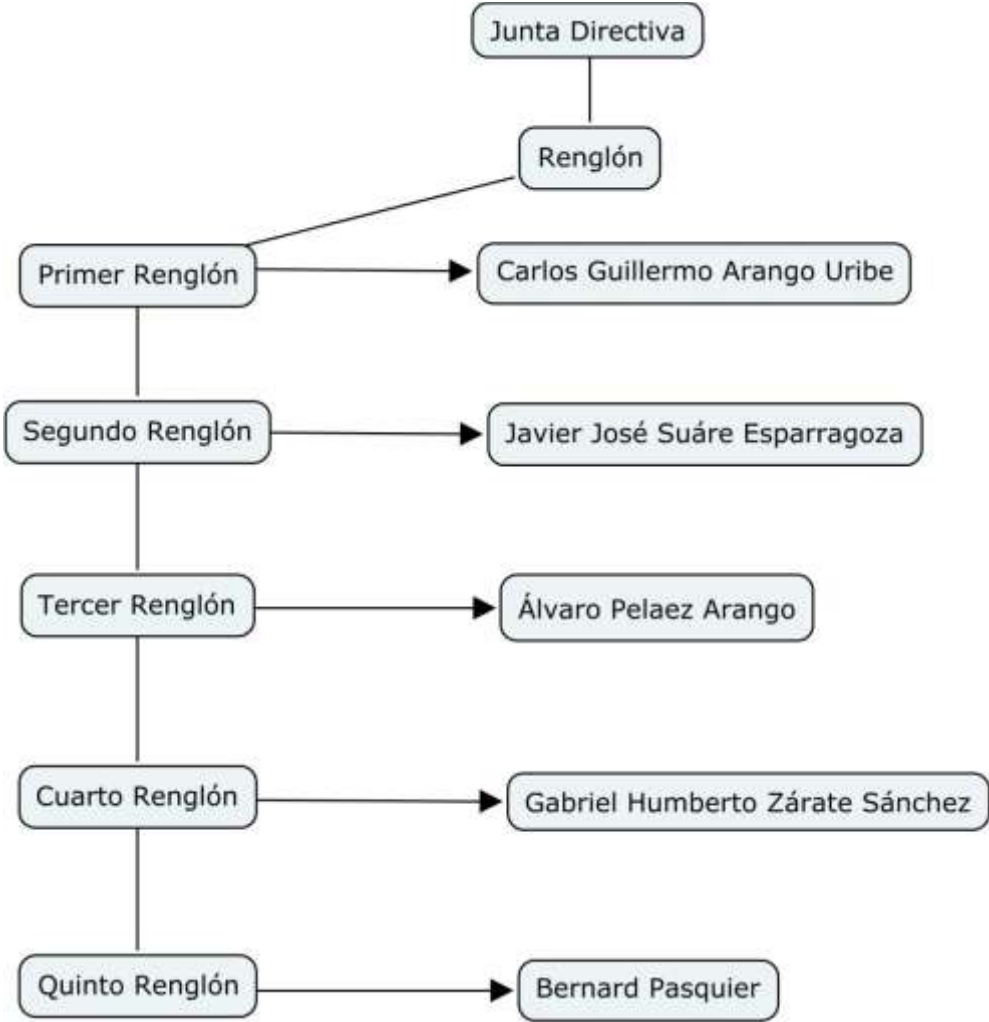
## 2.4. EQUIPO HUMANO

Davivienda se define como una organización centrada en el ser humano al cual reconocen como una fuente inagotable de generación de valor. Cuenta con más de 11 mil funcionarios que con talento, y exigentes procesos de capacitación, mantienen un excelente ambiente laboral con un conjunto de principios y valores que rodean sus actuaciones.

En el año 2009 Davivienda recibió el Premio Portafolio a la Administración del Recurso Humano.

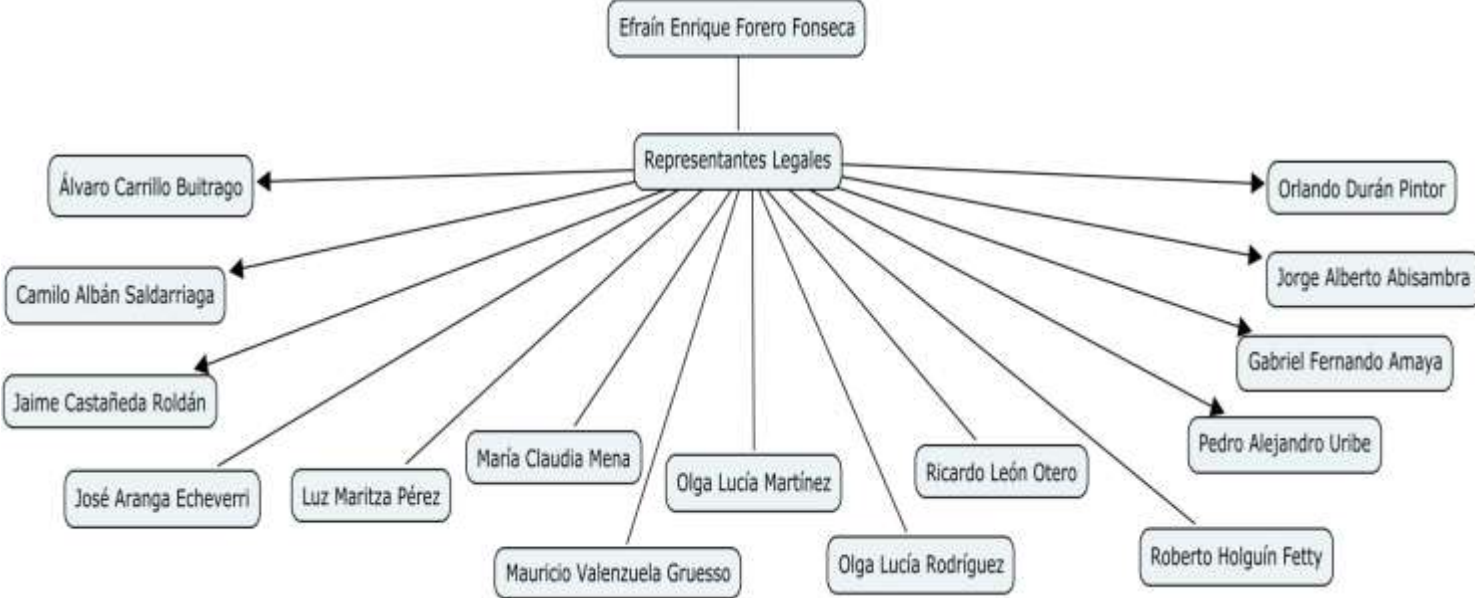
2.5. ESTRUCTURAS ORGANIZACIONALES:

Figura 1. Estructura de la Junta Directiva de Davivienda



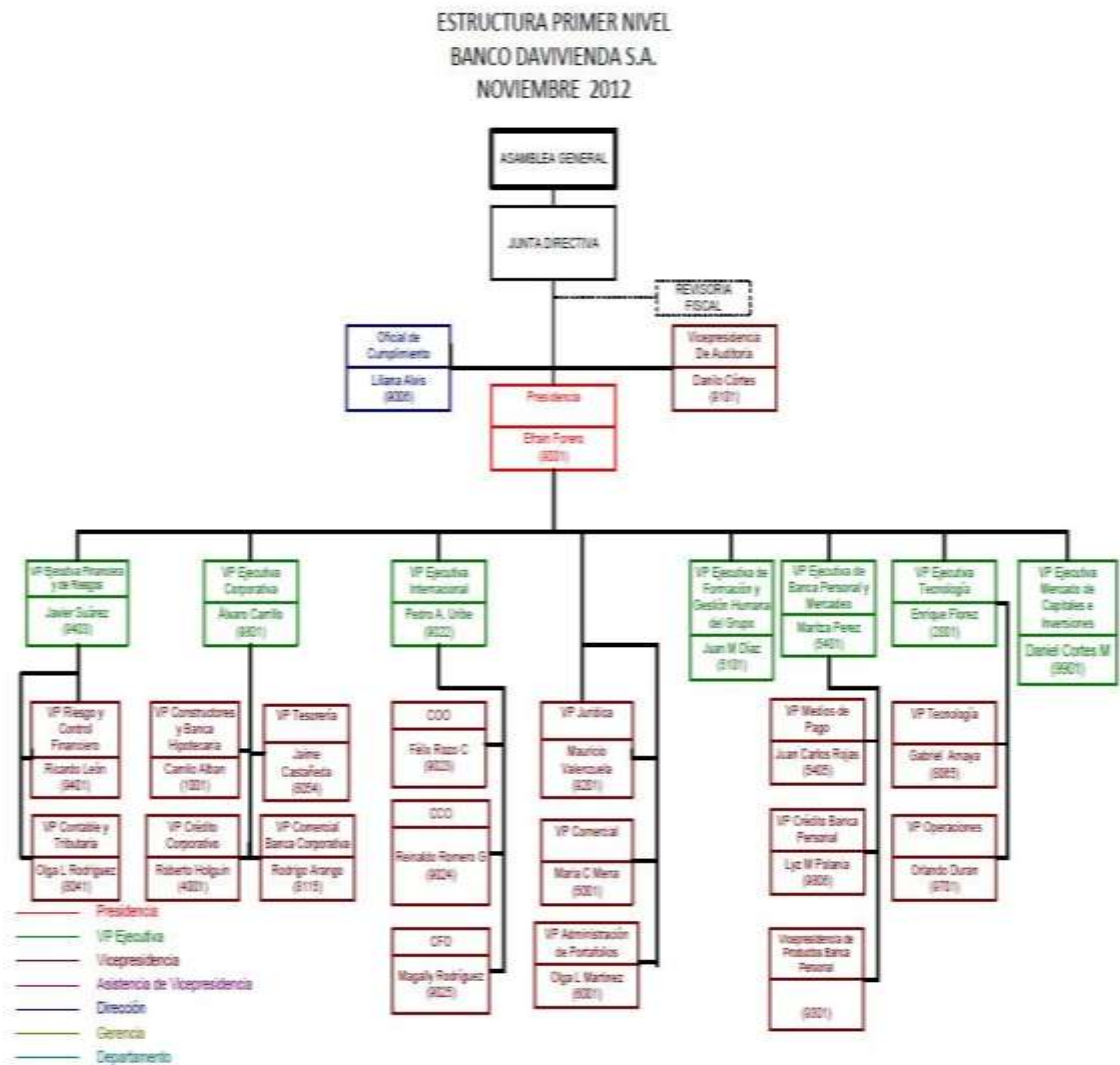
Fuente. Portal internet [www.davivienda.com](http://www.davivienda.com)

Figura 2. Estructura de Presidente y Representantes legales de Davivienda



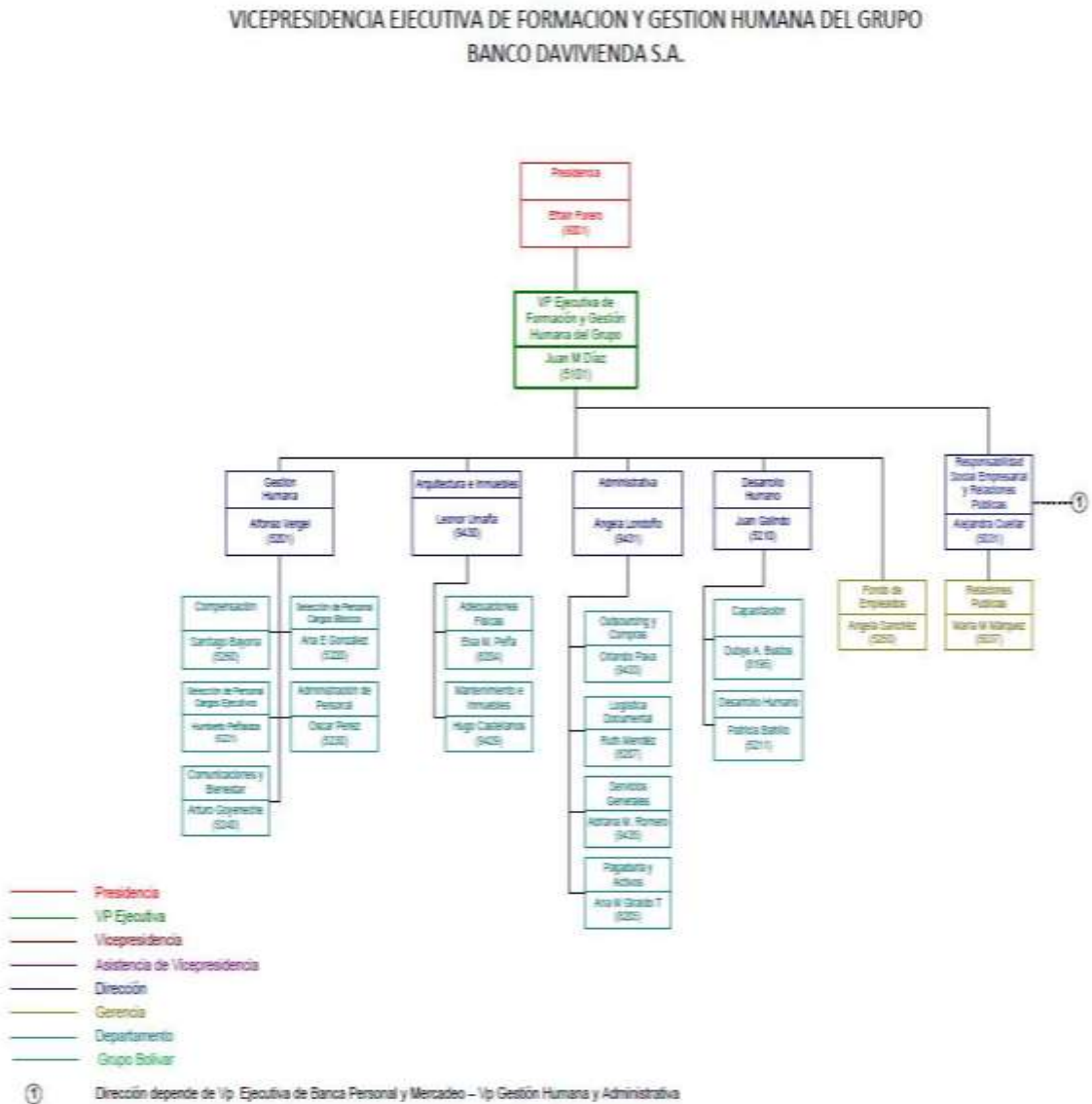
Fuente. Portal Internet [www.davivienda.com](http://www.davivienda.com)

Figura 3. Estructura de primer nivel de Banco Davivienda.



Fuente. Intranet de Davivienda

Figura 4. Estructura de Vicepresidencia de Gestión Humana.



Fuente. Intranet de Davivienda.

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. Objetivo general:**

Apoyar y coordinar la producción de contenidos y trabajo de corresponsales del noticiero Señal Roja de Davivienda.

#### **3.2. Objetivos específicos:**

- 3.2.1. Apoyar la producción del noticiero Señal Roja a nivel de contenido.
- 3.2.2. Coordinar la logística de los corresponsales de Señal Roja.
- 3.2.3. Participar del consejo de redacción a realizar con los corresponsales
- 3.2.4. Realizar seguimiento al trabajo de Corresponsales de Señal Roja



## 4. METODOLOGÍA

Para incentivar la participación de las sucursales en cuanto a la generación de información acerca de las filiales en Señal Roja y apoyando el objetivo de este trabajo que es coordinar el trabajo de los Corresponsales del noticiero se hizo importante y necesario crear un plan que permita aumentar y fortalecer el apoyo de los funcionarios desde sus filiales en la transmisión de información por los canales de comunicación de la empresa, lo que a su vez aumentaría la competitividad entre las oficinas por generar contenidos.

### 4.1. DESARROLLO DE ACCIONES

Se crearon y desarrollaron guiones para noticiero Señal Roja.

Se realizaron las convocatorias de corresponsales a nivel Bogotá y sucursales.

Se diseñó el formato de inscripción y se realizó el proceso de selección de Corresponsales Bogotá y sucursales.

Se cotizaron, elaboraron y entregaron los elementos del kit de Corresponsales

Se planeó la logística de talleres de presentación presenciales para corresponsales Bogotá y sucursales.

Se eligió el Corresponsal del Mes y se premió como presentador de noticiero Señal Roja.

Para desarrollar dichas actividades se propuso el siguiente cronograma

Tabla 1. Cronograma de tiempos estipulados para realizar actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES DE DAVIVIENDA																												
Tiempos de ejecución																												
	Septiembre				Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				Febrero							
Actividad	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4	S 1	S 2	S 3	S 4				
Crear y desarrollar guiones para noticiero Señal Roja y otros contenidos de la programación del canal.																												
Realización de las convocatorias de corresponsales a nivel Bogotá y Sucursales.																												
Diseñar el formato de inscripción y realizar proceso de selección de Corresponsales Bogotá y Sucursales.																												
Cotización, elaboración y entrega de elementos kit corresponsales																												
Planeación y logística de talleres de presentación presenciales para corresponsales Bogotá y Sucursales.																												
Coordinar y evaluar de forma continua el consejo de redacción telefónico y entrega de																												



## **5. RESULTADOS**

Se plantearon ocho actividades que ayudarían a la realización de esta labor, las cuales estuvieron vinculadas con los objetivos a alcanzar en estos seis meses de trabajo que enriqueció tanto la labor del Departamento como la de los Funcionarios que empiezan a desempeñar un papel importante no sólo para su vida profesional sino para las sucursales de las cuales son representantes.

Desde el inicio de la pasantía, se definió que el proyecto que se lideraría como apoyo para la producción audiovisual de Señal Roja sería el de los Corresponsales, funcionarios que fortalecieron el equipo de presentadores del noticiero, tanto de titulares como de las diferentes secciones.

### **5.2. CREACIÓN Y DESARROLLO DE GUIONES PARA EL NOTICIERO SEÑAL ROJA.**

El noticiero Señal Roja, cuya emisión es mensual, maneja información comercial, organizacional y de bienestar, en éste último bloque participan cada mes las sucursales de todo el país dando a conocer las actividades, deportivas, recreativas y culturales que se llevaron a cabo en sus ciudades. Por eso, se crearon alrededor de 6 guiones de bienestar y varios para comerciales sobre distintos temas institucionales.

Los guiones eran entregados los 27 de cada mes e incluían las actividades realizadas, pues por el formato de DVD que se maneja en las emisiones, no permite trabajar sobre la inmediatez sino sobre la información del mes o de los días anteriores a su presentación. (Ver anexo A)

### **5.3. REALIZACIÓN DE CONVOCATORIAS DE CORRESPONSALES A NIVEL BOGOTÁ Y SUCURSALES.**

Para fortalecer y renovar la presentación de Señal Roja, se consolidó el proyecto de Corresponsales que apoyarán las emisiones del noticiero y la presentación en vivo de los distintos eventos organizados por el Banco. Para ello, se realizó una

convocatoria con una estrategia de comunicación a través de la Intranet, el Informador Express y la Señal Roja, los tres medios internos de comunicación.

Se utilizaron piezas gráficas publicitarias y comerciales en el noticiero que primero se trabajaron para generar la expectativa entre los funcionarios y luego se realizaron con la información correspondiente a la inscripción y la espera de resultados. (Ver anexo B)

#### 5.4. DISEÑO DEL FORMATO DE INSCRIPCIÓN Y REALIZACIÓN DEL PROCESO DE SELECCIÓN DE CORRESPONSALES BOGOTÁ Y SUCURSALES.

Se diseñó el formato de inscripción que fue publicado en la Intranet para que los funcionarios de todo el país que estuvieran interesados en participar, se inscribieran y pudieran tener la opción de ser elegidos como Corresponsales de Bogotá y las sucursales. En total fueron 161 los inscritos, quienes enviaron sus videos de casting, los cuales tuvieron una duración aproximada de un minuto donde se presentaron y contaron las razones por las cuales querían ser presentadores de Señal Roja.

Luego de recibir todo el material, en un comité conformado por varias personas del Departamento y encabezado por María Margarita Peñuela, Coordinadora de Comunicaciones del área, se hizo la preselección de los candidatos que luego fue presentada para hacer la selección del grupo final con Arturo Goyeneche Bermúdez, Jefe del Departamento de Comunicaciones y Bienestar. (Ver anexo C y D)

También se realizó un casting especial para los preseleccionados de Bogotá en las instalaciones de Covisual, la productora del Noticiero.

#### 5.5. COTIZACIÓN, ELABORACIÓN Y ENTREGA DE ELEMENTOS KIT CORRESPONSALES

Como elemento distintivo como Corresponsales, se les entregó un kit compuesto por una bolsita con el logo de Señal Roja, el chaleco de presentadores de Señal Roja y un porta micrófono que será utilizado en todas las grabaciones que hagan para el noticiero. Para esto, se realizó una cotización de los tres elementos y luego se pasó la solicitud a Administrativa, el área encargada de aprobar las compras

del Banco y una vez fue aceptada la solicitud, se mandaron a fabricar los elementos que fueron entregados al final del día de la capacitación realizada. (Ver anexo F)

#### 5.6. PLANEACIÓN Y LOGÍSTICA DE TALLERES DE PRESENTACIÓN PRESENCIALES PARA CORRESPONSALES BOGOTÁ Y SUCURSALES.

Con el fin de fortalecer las competencias comunicativas de los ganadores y equipo de Corresponsales base de Bogotá, se realizó un taller de capacitación en la Universidad de la Sabana los días 15 y 16 de febrero, al cual asistieron 24 funcionarios quienes pudieron participar de los módulos de manejo de cámara, teleprompter, reportería de campo y presentación en público, dictados por Germán Arango, Jefe del Centro de Producción Multimedial de la universidad y presentador de deportes de Noticias Uno. También se contó con el apoyo de Ricardo Alfonso, docente de la universidad y presentador de deportes durante varios años del Noticiero Caracol y Silvia Corzo, presentadora de Noticias Uno.

Para la realización de dicho taller, se trabajó en equipo con Covisual, la productora encargada de la producción del Señal Roja, quienes fueron el contacto directo con la institución que facilitó las instalaciones para llevar a cabo la jornada de capacitación que fue de 14 horas. Al final de la actividad, se proyectó un video con fotos que fueron tomadas durante la realización del taller y se les entregó a los Corresponsales el kit y un diploma que certificó su asistencia. (Ver anexo G)

#### 5.7. ELECCIÓN DEL MEJOR CORRESPONSAL Y PREMIACIÓN COMO PRESENTADOR DE NOTICIERO SEÑAL ROJA.

Durante la realización del taller, se pudieron evaluar las capacidades de los Corresponsales en la presentación ante cámara como de eventos, por tal motivo, desde el principio los Funcionarios fueron notificados de que el que mejor lo hiciera sería premiado con la presentación de titulares de la Señal Roja del mes de marzo, por tal motivo, fue escogida Paola Andrea Castro Vargas, Asesora de Banca Personal del Banco, quien se destacó a lo largo de la actividad por su carisma, porte, conexión con la cámara y sus ganas de aprender; esta decisión fue tomada también teniendo en cuenta el criterio de Silvia Corzo quien realizó una

retroalimentación a todos los asistentes sobre las fortalezas y debilidades de cada uno.

#### 5.8. GRABACIÓN DE TITULARES DE SEÑAL ROJA – MES DE MARZO

Con el apoyo del Área, se le hicieron llegar anticipadamente los titulares a Paola Castro para su estudio ya que la mayoría de las veces se hacen sin teleprompter, a menos de que existieran palabras técnicas o frases que no sean fáciles para el presentador.

## 6. CONCLUSIONES

Luego de todo el proceso de aprendizaje en Davivienda y las vivencias laborales, se puede apreciar que la comunicación organizacional es fundamental en el funcionamiento de una organización, en este caso del Banco. Para que todo funcione de manera eficaz, la comunicación debe ser un pilar en la conexión entre todas las áreas de Davivienda y el trabajo colaborativo indispensable para el fortalecimiento de la cultura organizacional y el rendimiento de todos los funcionarios.

De todo el trabajo realizado, se puede concluir que se logró aplicar todo el conocimiento obtenido a lo largo de estos cinco años. El aprendizaje teórico es indispensable para entender y participar de todas las eventualidades que se pueden vivir en el ambiente laboral de una organización.

También se pudo evidenciar que para los funcionarios de Davivienda la comunicación es totalmente indispensable, la cultura generada alrededor de sus medios internos, facilitan la labor del comunicador pues se conoce y se vivencia el interés de los compañeros por mantenerse informados acerca de la organización, sus procesos, novedades y actividades de bienestar dirigidas especialmente para ellos.

Por otra parte, el trabajo desde el Departamento de Comunicaciones es transversal, permea todas las otras áreas del Banco, pues son ellas también las que generan la mayoría de los contenidos de información de los diferentes medios de comunicación interna. El trabajo en equipo se evidencia en el diario vivir de la organización y el compromiso de todos por posicionarse y darse a conocer es de gran importancia para los funcionarios.

Además, el fortalecimiento del equipo de Corresponsales de Señal Roja generó un gran impacto entre los funcionarios, desde la campaña de expectativa realizada para convocar a los concursantes, se generó un interés por saber quiénes habían sido seleccionados y cuáles eran los pasos a seguir luego de su elección. El



constante compromiso y entusiasmo de los Corresponsales, será lo que haga que el noticiero tenga un nuevo aire y los demás compañeros de la organización se inclinen más a verlo y se sientan aún más identificados y reconocerse en su presentador.

El proyecto permitió que se evidenciara el cariño y el sentido de pertenencia que tienen los funcionarios por su noticiero y el interés de ellos en participar y verlo cada mes que se emite.

Por todo lo anterior la experiencia fue enriquecedora y como comunicadora se experimentaron logros dentro del Banco y con confianza se realizó un proyecto que debe seguir avanzando y debe ser evaluado en los tiempos determinados.

## **7. RECOMENDACIONES**

Sería adecuado darle una continuidad al proyecto ya que tuvo buena recepción y un impacto positivo entre los funcionarios de la organización, de esta manera se fortalecería y posicionaría aún más la Señal Roja.

Es importante realizar el seguimiento y la evaluación adecuada al proyecto para que este siga generando el impacto esperado y se institucionalice como parte importante de los medios de comunicación interna de la organización.

Sería oportuno generar más espacios de integración e interacción de los Corresponsales con sus Coordinadores o jefes ya sea en sus Sucursales o directamente con el Departamento en Dirección General en Bogotá.

Con el nuevo proyecto de redes sociales en el que empieza a incursionar el Banco, sería conveniente integrar la labor de los Corresponsales con los nuevos objetivos de la Señal Roja Online y otros contenidos que se incluirán en la Social Business de Davivienda.

## BIBLIOGRAFÍA

DAVIVIENDA. Información corporativa. Disponible en [en línea] en [www.davivienda.com](http://www.davivienda.com) [Citado el 20 de febrero de 2013]

ALMENARA ALOY, Jaume, ROMERO DELGADO, Marina, ROCA PÉREZ, Xavier. Comunicación Interna en la Empresa. Editorial UOC. Barcelona, 2005.

CALDEVILLA DOMINGUEZ, David. La cara interna de la comunicación interna. Editorial Visión Libros. Madrid 2010.

GALINDO RUBIO, Fernando. Comunicación Audiovisual Corporativa: un modelo de producción. Editorial: Universidad Pontificia de Salamanca. Madrid, España, 2010.

NOSNIK OSTROWIAK, Abraham. Cultura Organizacionales: origen, consolidación y desarrollo. Primera edición Netbiblio. España, 2005.

## ANEXOS

### ANEXO A. GUIÓN DE BLOQUE DE BIENESTAR SEÑAL ROJA EMISIÓN ABRIL

TEMA: Bloque de Bienestar	RESPONSABLE: Arturo Goyeneche
ÁREA: Comunicaciones y Bienestar	EXTENSIÓN: 50210

<b>Formato de guiones para Señal Roja</b>	
<p><b>Introducción:</b></p> <p>Los medios audiovisuales como Señal Roja son una herramienta de gran potencial para informar, educar y generar cambios. Para lograr estos objetivos, la información debe ser dinámica, atractiva y ágil. Por lo anterior, debemos evitar procedimientos complejos, largas listas, procesos extensos, e informaciones sin un foco preciso.</p> <p>Llenar este formato le permitirá lograr un guión más adecuado para la Señal Roja.</p>	
<b>1. Público Objetivo:</b>	X Funcionarios de Oficinas X Funcionarios de Áreas Administrativas X Funcionarios de nuestras Filiales
<b>2. Justificación:</b>	Es importante que los Funcionarios conozcan toda la información relacionada con actividades de Bienestar hechas o próximas a llevar a cabo en nuestra Organización.

Formato de guiones para Señal Roja	
<b>3. Estrategia</b>	<p>¿En cuál de los objetivos estratégicos del Banco se enmarca esta información?</p> <p>Seguridad  Innovación  Profundización  X Bienestar</p>
<b>4. Mensaje principal</b>	<p>¡Davivienda es Bienestar!</p>

## Formato de guiones para Señal Roja

### 5. Contenido

**Voz in presentadora:**

**(IMAGEN DE SANTIAGO CRUZ CANTANDO, LA CÁMARA HACE UN BARRIDO POR LA PRIMERA FILA DE FUNCIONARIAS DONDE VA A ESTAR NUESTRA PRESENTADORA CANTANDO, LA CÁMARA SE DETIENE JUSTO DONDE ESTÁ ELLA, ELLA SE SORPRENDE Y SALUDA)**

Hola familia Davivienda, me cogieron cantando las canciones de Santiago Cruz, como pueden ver nos encontramos recibiendo un homenaje por parte de nuestro Banco en el Día de la Mujer. Esta noche las Funcionarias de Dirección General y la Regional Bogotá, hemos disfrutado de un momento mágico, lleno de sorpresas y emotividad. Sígueme, veamos cómo la están pasando nuestras compañeras.

**(QUE LA CÁMARA SIGA A LA PRESENTADORA MIENTRAS BUSCA A QUIEN ENTREVISTAR)**

**(ENTREVISTA FUNCIONARIA 1)**

**(ENTREVISTA FUNCIONARIA 2)**

**Voz in presentadora:** Ahora conozcamos las actividades de nuestras Sucursales.

## Formato de guiones para Señal Roja

### **Sucursal Norte de Santander**

La Sucursal Norte Santandereana inició sus actividades de bienestar este año con la celebración del Día Internacional de la Mujer, fecha importante en nuestra Organización, pues el personal de la Sucursal en su mayoría está integrado por mujeres . Allí, la música y la alegría invadieron la noche, los concursos dejaron al descubierto las habilidades de las Funcionarias en el baile, al son de la música y divertidas coreografías las mejores bailarinas que lograron imitar a los expertos fueron las felices ganadoras de fabulosos premios.

**(TESTIMONIO 1: ESTA ACTIVIDAD ME ENCANTÓ POR QUE FUE MUY DIFERENTE A LA DE OTROS AÑOS, NOS PUSIERON A SEGUIRLE EL PASO A BAILARINES EXPERTOS Y PUES ME SIENTO FELIZ DE HABER GANADO...)**

**(TESTIMONIO 2: ESTA FUE UNA NOCHE MUY DIVERTIDA E INOLVIDABLE, PUES CONOCIMOS HABILIDADES DE BAILE DE NUESTRAS COMPAÑERAS, NOS REÍMOS MUCHO Y COMPARTIMOS UN RATO MUY AGRADABLE)**

Nuestras funcionarias disfrutaron de una noche llena de alegría y emotividad. ¡Felicidades mujeres Davivienda!

**(ESTA VEZ ME GUSTARIA QUE LAS IMÁGENES ENTRARAN CON EL TEXTO DE UNA VEZ, SIN MI INTRODUCCION Y DESPEDIDA, TENIENDO EN CUENTA QUE TODO EL PAIS CELEBRA ESTE DIA Y TENDRÁN IMAGENES DE VARIAS SUCURSALES, SI ES POSIBLE SACAR 2 TESTIMONIOS CORTOS DEL EVENTO)**

### **REGIONAL VALLE Y CAUCA**

**(imágenes de apoyo)**

**Voz en OFF:**

Así se vivió la visita de la Oficina Móvil en nuestra Regional Valle y Cauca, la cual por primera vez llega al Edificio El Café, sede en la que se ubica la Gerencia y las subgerencias del Banco Davivienda en nuestra región.

## Formato de guiones para Señal Roja

**Corresponsal:** Hoy estamos todos reunidos en el Edificio el Café donde se encuentra ubicada la Oficina Móvil, la cual tiene un solo objetivo, que todos nuestros funcionarios puedan aprovechar los beneficios que nos ofrecen las diferentes empresas que tienen convenio con Davivienda y podamos recibir información sobre todos los servicios que estas nos prestan. Veamos los mejores momentos.

### **Entrevista: Funcionario**

**Voz en OFF:** Fue un espacio donde todos los funcionarios de nuestra regional lograron participar de forma activa, recibiendo información de todos los beneficios que nuestro Banco nos brinda.

**Corresponsal:** En nuestra Regional también tenemos más información.

**Voz off:** Todos los funcionarios de la Regional Valle y Cauca disfrutaron del torneo interno de Bolos, el cual transcurrió en un ambiente de mucha competencia, compañerismo y sobre todo de diversión.

### **(imágenes de apoyo)**

**Voz en Off:** Fue un día lleno de emoción, risas y entusiasmo por parte de todos nuestros funcionarios, quienes en compañía de sus colegas conformaron un total de doce equipos mixtos para participar y ser los ganadores del torneo de bolos.

Durante la realización del Torneo se evidenció la excelente integración y comunicación que se genera dentro de estas actividades, además de eso, al finalizar realizamos la premiación al equipo campeón y subcampeón del torneo, y se hizo entrega de un reconocimiento a la mejor línea masculina y femenina de todos los equipos que participaron de este evento.



## Formato de guiones para Señal Roja

Los ganadores fueron:

### **Campeones - Gran Combo**

- Lida Mahecha.
- Alfonso Cortés.
- Juan Guillermo Serna.
- Jhony Mauricio Trujillo.

### **Subcampeones - Kingball**

- Fernando Grisales.
- Paula Andrea Franco.
- Karol Toro Gutiérrez.
- Viviana Tascón Quintero

Una vez más gracias a nuestros Funcionarios de la Regional Valle y Cauca por asistir y participar de nuestras actividades.

¡Davivienda es Bienestar!

### **(Imágenes de Apoyo)**

**Voz en Off:** Durante los cinco domingos del mes nuestros voluntarios de la Regional Valle y Cauca donaron su tiempo para capacitar a las operarias de aseo y cafetería y sus cónyuges, en temas de “Educación Financiera”.

En esta oportunidad fueron 120 personas las beneficiarias de esta labor y 48 nuestros voluntarios quienes se dedicaron y se comprometieron para enseñar sobre finanzas personales a todos lo que asistieron a las capacitaciones.

Agradecemos a las personas asistentes y esperamos seguir contando con la participación de más voluntarios en las diferentes jornadas que se realizan en nuestro Banco.

Porque en la Regional Valle y Cauca “Enriquecemos la vida con Integridad”

**Corresponsal:** Esto ha sido todo desde la Regional Valle y Cauca y recordemos que ¡Davivienda es Bienestar!

## Formato de guiones para Señal Roja

### **SUCURSAL HUILA Y CAQUETÁ**

#### **I Encuentro de Subdirectores y Supernumerarios de la Suc. Huila y Caquetá**

En días pasados nuestros Subdirectores y Supernumerarios de la Sucursal Huila y Caquetá disfrutaron de un fin de semana en la finca Campestre Casa Mateo en el Municipio de Rivera. Fue un fin de semana lleno de actividades de integración y trabajo en equipo que permitieron fortalecer sus competencias, destrezas y habilidades; partiendo del impacto que generan en la organización por su rol de jefes.

Además participaron y aprendieron de actividades como rescate de valores y principios del Grupo Bolívar, sensibilización, capacitación en temas de seguridad, actividades de integración y trabajo en equipo.

¡Gracias por su participación y compromiso con nuestra Organización!

## Formato de guiones para Señal Roja

### **SUCURSAL META Y CASANARE (IMÁGENES FOTOGRÁFICAS)**

**Voz off:** En la sucursal Meta y Casanare en el 2013 iniciamos nuestra Escuela de Artes con el taller de Globoflexia dictado en la Oficina Administrativa ubicada en Villavicencio. En esta actividad, desarrollada durante todo el mes de marzo, nuestros Funcionarios de la Casita Roja y sus familiares disfrutaron de varias clases en las cuales pudieron potencializar sus habilidades para realizar distintas figuras y decoraciones con globos y otros elementos. Agradecemos a todos los asistentes y los invitamos a que estemos atentos de los próximos talleres que desarrollaremos en nuestra Sucursal.

**Voz in presentadora:** En Bogotá también tenemos más información, ¡conozcámosla!

### **ACTIVIDADES DEPORTIVAS**

En días pasados nuestra Sucursal inició el torneo de Voleibol en el colegio CEIC 80 de la ciudadela Colsubsidio, donde nuestros Funcionarios empezaron el año con mucha actitud y energía para conseguir el primer lugar y convertirse en los campeones del primer semestre del 2013. Y esperemos pronto los torneos de baloncesto mixto, bolos, tennis de mesa, minitejo, fútbol femenino, entre otros, ¡inscribámonos!

### **ESCUELA DE ARTES**

Para este 2013 nuestra Escuela de Artes viene cargada de nuevas y divertidas sorpresas. En esta oportunidad, Funcionarios y familiares podremos formar parte de esta maravillosa experiencia, la cual se caracteriza por brindarnos aulas, personal especializado y ofrecemos programas y talleres integrales que potencializan nuestro talento y nuestro gusto por el arte.

Este año, podremos realizar las actividades de nuestro interés en El Museo de Los Niños ubicado en la Av. Cra. 60 No. 63-27, donde contaremos con los espacios adecuados para disfrutar de Pilates, Rumba, Yoga y Pintura al Óleo para adultos. Chocolatería, Globoflexia y Dibujo Artístico para niños.

Para mayor información consultemos en nuestra Intranet la ruta: Gestión Humana/ Actividades de Bienestar/ Escuela de Artes.

## Formato de guiones para Señal Roja

### **Voz in presentadora:**

Bueno familia Davivienda en este momento me encuentro con nuestro invitado especial Santiago Cruz, Santiago enviémosle un mensaje especial a todas las mujeres de nuestro Banco.

(MENSAJE DE SANTIAGO)

Gracias Santiago por acompañarnos y hasta aquí nuestra información, los esperamos en nuestra próxima emisión porque ¡Davivienda es Bienestar!

### **6. Sugerencias de forma**

La nota debe ser emotiva sobre todo por la celebración del Día de la Mujer.

ANEXO B. BANNERS CAMPAÑA DE EXPECTATIVA CONCURSO CORRESPONSALES.



## ANEXO C. FORMATO DE INSCRIPCIÓN DE CORRESPONSALES EN LA INTRANET.

Configuración Documento Inscripción - IBM Lotus Notes

Archivo Editar Ver Crear Acciones Sección Herramientas Ventana Ayuda

Inicio x Área de trabajo x Intranet - Administración Inscripción x Configuración Documento Inscripción x

Buscar en Todo el con

Cerrar Editar

Datos Generales Datos Funcionario Anexos

<Esta información es requerida siempre para cualquier tipo de inscripción que este definiendo>

Dato	Editable
Nombre	NO (*)
Apellidos	NO (*)
Cédula	NO (*)
Cargo	NO (*)
Dependencia	NO (*)
Código área u oficina	NO (*)
Sucursal	NO (*)
Correo Corporativo	NO (*)
Correo Personal	SI (obligatorio)
Teléfono	SI (obligatorio)
Extensión	SI (obligatorio)
Celular	SI (obligatorio)

(\*) La fuente es SARFH (ORACLE), trae los datos al momento de autenticarse

**Campos Adicionales**

No. Campos 5

Número	Etiqueta	Obligatorio	Tipo	Valor/Contenido Predeterminado
1	Día de nacimiento	<input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> No	Lista	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,30,31
2	Mes de nacimiento	<input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> No	Lista	Enero, Febrero, Marzo, Abril, Mayo, Junio, Julio, Agosto, Septiembre, Octubre, Noviembre, Diciembre
3	Año de nacimiento	<input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> No	Número	
4	Nombre del jefe	<input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> No	Texto	
5	Aprobación del jefe	<input checked="" type="radio"/> SI <input type="radio"/> No	Lista	SI/No

ES 12:24 p.m. 24/01/2013

## ANEXO D. FOTOS CASTING



Casting Fabián Cortés, Bogotá.



Casting Yurany Helena Prada, Bogotá.





Casting Yuri Marcela Torres, Bogotá.



Casting María Angélica Indaburo, Bogotá.



ANEXO E.

Chaleco



Portamicrofono



Bolso de Señal Roja

## ANEXO F. PROGRAMACIÓN TALLER DE PRESENTACIÓN

### TALLER NUEVOS PRESENTADORES DAVIVIENDA

**Descripción:** Taller enfatizado en la Capacitación de los Nuevos Presentadores del Banco Davivienda. En esta jornada de dos días, se abarcarán los siguientes temas y puntos específicos a tratar con los asistentes al taller: Tips básicos de redacción, lectura de Guiones, postura ante la cámara, calentamiento de la voz, dicción, maquillaje, reportería de campo, presentación de titulares, presentación Café con Señal, presentación de eventos, lectura de Teleprompter, diagnóstico de los presentadores y retroalimentación.

#### Encargados del evento:

- Universidad de La Sabana: Germán Arango.
- Davivienda: Arturo Goyeneche, Margarita Peñuela, Diana Pinto, Tatiana Hernández, Andrea Ramírez.
- Covisual: Santiago Barón, Andrés García, Luis Fernando Cadena.

#### Profesores:

- Germán Arango.
- Ricardo Alfonso.
- Silvia Corzo.
- Esperanza (Maquilladora de Noticias UNO)

**Duración del curso:** 2 Días.

#### Fechas:

- Viernes 15 de Febrero – 8:00 a.m. – 6:00 p.m.
- Sábado 16 de Febrero – 7.30 a.m. – 3:00 p.m.

### ORDEN DEL DÍA

#### VIERNES 15 DE FEBRERO

##### 8:00 – 8:30 A.M.

Llegada de los asistentes al taller.

Bienvenida.

Presentación: ¿Qué es Señal Roja?, ¿Cuál es la responsabilidad de ser un presentador de Señal Roja y de Davivienda? Breve Historia de Señal Roja.

**Encargados:** Arturo Goyeneche, Diana Pinto, Tatiana Hernández y Santiago Barón.

**Lugar:** Estudio de Televisión 2, Edificio K, Universidad de La Sabana.

**8:30 – 9:30 A.M.**

Diagnóstico de los Nuevos Presentadores.

Descripción: Presentación en cámara de cada presentador. Breve Diagnóstico por parte del encargado de la Sección en donde dará introducción al taller y los temas que se van a tratar a partir de lo visto anteriormente.

**Encargados:** Germán Arango.

**Lugar:** Estudio de Televisión 2, Tercer piso, Edificio K, Universidad de La Sabana.

**9:30 – 10:30 A.M.**

Tips de Redacción.

Descripción: Capacitación sobre tips básicos de redacción a la hora de redactar guiones, improvisar en tiempo real y organización ideas y claras y coherentes.

Se utilizarán como referencia guiones de las distintas secciones de Señal Roja.

**Encargados:** Germán Arango, Ricardo Alfonso.

**Lugar:** Salón edificio K, Tercer piso, Edificio K, Universidad de La Sabana.

**10:30 – 10:45 A.M.**

REFRIGERIO:

**Encargados:** Universidad de La Sabana.

**Lugar:** Edificio K.

**10:45 – 12:00 P.M.**

Talleres de presentación en cámara.

Descripción: En este espacio se dividirá el grupo en dos.

**Primer Grupo:** Presentación en Televisión. Capacitación sobre cómo se deben manejar las situaciones ante la cámara según el formato, sección y espacio dentro del noticiero.

Se utilizarán como referencia guiones de las distintas secciones de Señal Roja.

**Encargados:** Ricardo Alfonso

**Lugar:** Estudio de Televisión pequeño.

**Segundo Grupo:** Reportería de Campo. Capacitación dedicada al espacio de actividades de Bienestar. Enfocar al grupo en la presentación como corresponsales. Darle paso a otro presentador durante la nota. Entrevistas. Falsos directos e improvisación.

**Encargados:** Germán Arango.

**Lugar:** Campus Universidad de La Sabana.

### **12:00 – 1:15 P.M.**

Talleres de presentación en cámara.

Descripción: En este espacio se dividirá el grupo en dos.

**Primer Grupo:** Reportería de Campo. Capacitación dedicada al espacio de actividades de Bienestar. Enfocar al grupo en la presentación como corresponsales. Darle paso a otro presentador durante la nota. Entrevistas. Falsos directos e improvisación.

**Encargados:** Ricardo Alfonso

**Lugar:** Estudio de Televisión pequeño.

**Segundo Grupo:** Presentación en Televisión. Capacitación sobre cómo se deben manejar las situaciones ante la cámara según el formato, sección y espacio dentro del noticiero.

Se utilizarán como referencia guiones de las distintas secciones de Señal Roja.

**Encargados:** Germán Arango.

**Lugar:** Campus Universidad de La Sabana.

### **1:15 – 2:15 P.M.**

Almuerzo. .

**Encargados:** Universidad de La Sabana.

**Lugar:** Campus Universidad de La Sabana.

**2:15 – 3:15 P.M.**

**Taller:** Taller de Manejo de Teleprompter.

**Descripción:** Capacitación a nuestros corresponsales sobre cómo leer adecuadamente el Teleprompter en la presentación de noticias y eventos.

Se utilizarán como referencia guiones de las distintas secciones del Noticiero.

**Encargados:** Germán Arango.

**Lugar:** Estudio de Televisión.

**3:15 – 4:30 P.M.**

**Taller:** Consejos Básicos presentación eventos.

**Descripción:** Capacitación a nuestros corresponsales sobre presentar eventos alineados al Banco.

Se utilizarán como referencia guiones de las distintas secciones del Noticiero.

**Encargados:** Germán Arango.

**Lugar:** Estudio de Televisión.

**4:30 – 4.45 P.M.**

**Refrigerio**

**Encargados:** Universidad de La Sabana.

**Lugar:** Edificio K

**4:30 – 6: 00 P.M.**

**Taller: Manejo Terminología Corporativa.**

**Descripción:** Capacitación Sobre el manejo adecuado de términos para Televisión. En este espacio se dará un taller de improvisación.

Se utilizarán como referencia guiones de las distintas secciones del Noticiero.

**Encargados:** Germán Arango.

**Lugar:** Estudio de Televisión.

**6:00: P.M**

SALIDA

**ORDEN DEL DÍA  
SÁBADO 16 DE FEBRERO**

**8:00 – 10:00 A.M.**

**Taller:** Maquillaje y presentación de eventos.

**Primer grupo:** Cómo maquillarse para las cámaras.

**Segundo Grupo:** Presentación de titulares para Señal Roja y Café con Señal.

**Descripción:** Capacitación sobre consejos y formas de la presentación de los titulares de Señal Roja. Empalme entre maquillaje y presentación.

Se utilizarán como referencia guiones de la Señal Roja.

**Encargados:** Silvia Corzo, Esperanza (Noticias UNO)

**Lugar:** Estudio de Televisión.

**10:00 – 10:15 A.M.**

REFRIGERIO:

**Encargados:** Universidad de La Sabana.

**Lugar:** Edificio K.

**10:15 – 12:00 P.M.**

**Taller:** Maquillaje y presentación de eventos.

**Primer grupo:** Cómo maquillarse para las cámaras.

**Segundo Grupo:** Presentación de titulares para Señal Roja y Café con Señal.

**Descripción:** Capacitación sobre consejos y formas de la presentación de los titulares de Señal Roja. Empalme entre maquillaje y presentación.

Se utilizarán como referencia guiones de la Señal Roja.

**Encargados:** Silvia Corzo, Esperanza (Noticias UNO)

**Lugar:** Estudio de Televisión.

**12: 30 – 1.30 P.M.**

Almuerzo.

**Encargados:** Universidad de La Sabana.

**Lugar:** Campus Universidad de La Sabana.

**1:30 – 2:00 P.M.**

**Taller:** Retroalimentación sobre los dos días de curso. Esto se hará para cada presentador.

Se escogerá el presentador de los Titulares de la Siguiete Señal Roja.

**Encargados:** Davivienda, Covisual.

**Lugar:** Estudio de Televisión.

**2:00 – 2:30 P.M.**

**CLAUSURA.**