

**ACCIONES COMUNICATIVAS PARA EL DESARROLLO DE LAS
COMUNICACIONES EXTERNAS DE INDAGRO S.A.**

LEONARDO SUÁREZ SUÁREZ
COMUNICADOR SOCIAL – PERIODISTA
TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PASANTÍA

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
BUCARAMANGA
2013**

**ACCIONES COMUNICATIVAS PARA EL DESARROLLO DE LAS
COMUNICACIONES EXTERNAS DE INDAGRO S.A.**

LEONARDO SUÁREZ SUÁREZ
COMUNICADOR SOCIAL – PERIODISTA
TRABAJO DE GRADO EN MODALIDAD DE PASANTÍA

ASESORA
JAQUELINE ESTÉVEZ LIZARAZO
COMUNICADORA SOCIAL - PERIODISTA Y ORGANIZACIONAL

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
BUCARAMANGA
2013

Nota de Aceptación

Presidente del Jurado

Jurado

Jurado

Floridablanca, octubre de 2013

CONTENIDO

RESUMEN	6
ABSTRACT	7
INTRODUCCIÓN	8
1. JUSTIFICACIÓN	9
2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	11
2.1 RESEÑA HISTÓRICA	11
2.2 NATURALEZA JURÍDICA Y DOMICILIO	13
2.3 FUNDAMENTOS EMPRESARIALES	14
2.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	16
2.5 OFICINA DE MARKETING Y COMUNICACIONES	17
2.6 ANTECEDENTES DE EXPERIENCIAS DE COMUNICACIÓN EN INDAGRO S.A	18
3. REFERENTE CONCEPTUAL	20
4. OBJETIVOS	27
4.1 OBJETIVO GENERAL	
4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	

5. <u>MATRIZ PLAN DE TRABAJO</u>	28
6. <u>ACTIVIDADES DESARROLLADAS</u>	29
7. <u>CONCLUSIONES</u>	61
8. <u>RECOMENDACIONES</u>	63
9. <u>BIBLIOGRAFÍA</u>	64
10. <u>ANEXOS</u>	65

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: ACCIONES COMUNICATIVAS PARA EL DESARROLLO DE LAS COMUNICACIONES EXTERNAS DE INDAGRO S.A

AUTOR(ES): Leonardo Suárez Suárez

FACULTAD: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): Jaqueline Estévez

RESUMEN

En el presente resumen se expondrá a grandes rasgos las actividades realizadas en la empresa Indagro S.A perteneciente al sector ganadero y pecuario del país. Se tuvo como principal objetivo ejecutar acciones comunicativas para el desarrollo de las comunicaciones externas de esta empresa, todo el trabajo se hizo desde el departamento de marketing y comunicaciones, donde se manejó tres campos, el primero encaminado a las relaciones públicas donde se visitó universidades, empresas ganaderas, se hizo presencia en ferias como Agroferia y Agroexpo, seminarios, entre otros espacios donde la organización podía hacer alianzas de negocios, posicionamiento de marca y fidelización con sus clientes, en segunda instancia está toda la generación de contenido para los medios existentes como el blog ganadero y Ganasal tv, se abordaron temas de interés relacionados al manejo de las pasturas y ganadería, entrevistas, testimonios, el uso de las grasa de sobre paso, entre otros temas. Así mismo, como último ítem se estableció contacto permanente con los públicos de interés mediante los medios de información y comunicación, como el correo electrónico, el chat de Facebook, las capacitaciones ofrecidas por la empresa, todo esto para tener un mayor acercamiento y retroalimentación frente a sus inquietudes y sugerencias. Todo lo mencionado refleja lo aprendido en la cátedra con el que hacer propio de la profesión, de la dinámica laboral y de los medios mismos.

PALABRAS CLAVES:

Comunicación externa, relaciones públicas, marketing relacional, medios institucionales

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: COMMUNICATION ACTIONS FOR THE DEVELOPMENT OF THE EXTERNAL COMMUNICATIONS OF INDAGRO S.A.

AUTHOR(S): Leonardo Suárez Suárez

FACULTY: of Social Communications – Journalism

DIRECTOR: Jaqueline Estévez

ABSTRACT

This summary will outline the activities undertaken in the company Indagro SA belonging to livestock and livestock in the country. It \s main objective was execute communicative actions for the development of external communications of the company, all the work was done from the Marketing and Communications department, where three fields were managed, the first aimed at Public Relations where universities and livestock enterprises were visited, it was presence at fairs like Agroexpo and Agroferia and seminars, among other areas where the organization could do business alliances, branding and loyalty with their customers; in the second instance is the whole generation of existing media content as livestock and Ganasal blog tv, issues of interest related to the management of pastures and livestock, interviews, testimony, the use of grease on the way, among other topics. Also, as a last item was established permanent contact with the public interest by the media and communications, such as email , chat, Facebook , the training offered by the company, all to take a closer front and feedback to their concerns and suggestions. All of the above reflects what it was learned in the academy related with the professional what to do, employment dynamics and the media.

KEYWORDS:

External communications, public relations, relationship marketing, organizational media.

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

La comunicación externa hace parte de la acción que busca el acercamiento y contacto, así como la creación de relaciones con los públicos de interés de cualquier organización, una buena implementación puede generar grandes resultados.

El presente documento describe las actividades realizadas como comunicador social - periodista durante los seis meses de pasantía en la empresa Indagro S.A en el departamento de marketing y comunicaciones. Para este trabajo se plantearon acciones encaminadas al desarrollo de las comunicaciones externas con el fin de lograr un posicionamiento de la imagen y el buen nombre de la organización. Se propuso trabajar en ACCIONES COMUNICATIVAS PARA EL DESARROLLO DE LAS COMUNICACIONES EXTERNAS DE INDAGRO S.A pues se evidenció que este es un tema de gran prioridad para la organización pues cuenta con los medios apropiados para hacerlo.

Por eso, se trabajó en las relaciones públicas con las universidades relacionadas con el área de ciencias agrícolas, con el sector productivo, las empresas ganaderas, donde se tuvo un acercamiento e intercambio de saberes, inquietudes y se crearon lazos de confianza, esto con la intención de ser reconocidos como empresa líder en suplementos minerales y energéticos para el ganado. Otro aspecto que se tuvo en cuenta fue el fortalecimiento al contenido mediático que se publica en los medios de comunicación con los que cuenta la empresa, para esto, se conoció los formatos utilizados en los productos audiovisuales publicados en Ganasal TV y se encaminó a la creación de propuestas nuevas con la intención de ser innovadores con el contenido. Finalmente, se mejoró los canales de información y comunicación que se utilizan para el contacto con los públicos externos y de interés.

1. JUSTIFICACIÓN

La comunicación dentro de las organizaciones es un tema que toma fuerza en la actualidad, las empresas buscan comunicar y los clientes esperan una comunicación efectiva de los mismos. Indagro S.A. es una organización que pertenece al sector ganadero y este a su vez, hace parte del sector primario de la economía colombiana. Según el último informe de septiembre de 2012 por parte de la Federación Colombiana de Ganaderos, Fedegan¹, la ganadería colombiana genera 950 mil empleos directos lo que se traduce a un sector amplio, pues equivale 3,3 veces al sector cafetero, 3,2 al floricultor y 9 palmicultor, estas cifras muestran la importancia que tiene el sector en el país. Por eso la necesidad de establecer acciones comunicativas que refuercen las relaciones en el sector son cada vez más necesarias para la compañía.

El ejecutar estas acciones comunicativas para Indagro S.A se convierte en una herramienta clave para el logro de los objetivos de la empresa, en este caso el posicionar su imagen, dar conocer la marca, potencializar sus productos y lograr una fidelización con los clientes actuales.

Todo esto, utilizando las comunicaciones externas de las cuales se derivan las relaciones públicas como una manera de crear nuevos vínculos y fortalecer los existentes, también, en la elaboración de mensajes claros y atractivos en los medios institucionales con los que cuenta la organización y finalmente, generando espacios para el intercambio de información y comunicación para una retroalimentación entre ambas partes.

¹ FEDEGRAN, Estadísticas [En línea]

[http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/PORTAL/ESTADISTICAS1/CIFRAS%20DE%20REFERENCIA/1-%20SECTOR%20GANADERO_%20CIFRAS%20REFERENCIA%20\(SEPTIEMBRE_2012\).PDF](http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/PORTAL/ESTADISTICAS1/CIFRAS%20DE%20REFERENCIA/1-%20SECTOR%20GANADERO_%20CIFRAS%20REFERENCIA%20(SEPTIEMBRE_2012).PDF)

(Consultado 10 de Junio de 2013)

Así mismo, este proyecto se constituye en un aporte estratégico para el sector ganadero y para la academia, demostrando la importancia de la comunicación en esta área y el aporte del comunicador social dentro de una organización, evidenciando las capacidades tanto profesionales y humanas en su entorno laboral.

Desde lo personal este proyecto se convierte en la culminación de una etapa profesional, donde la academia brindó las herramientas y el conocimiento necesario para ejercer laboralmente en cualquier campo de la comunicación social, con esto se cierra un ciclo de cinco años, de esfuerzos, estudio, de anécdotas, etc. Así mismo, se evidencia en el trabajo en Indagro S.A capacidades para proponer, escuchar sugerencias y recomendaciones, hacer uso del lenguaje periodístico frente a los contenidos que demanda la organización y la facilidad para interactuar con profesionales de otros campos.

2. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN*

2.1 RESEÑA HISTÓRICA

Indagro S.A se inicia en el año 1964 y se constituye como sociedad de responsabilidad limitada, formada por los socios Ernesto Suárez, Manuel Rueda y Alfredo Silva Valdivieso, el segundo de estos falleció en trágico accidente en 1968.

La razón principal de la empresa al fundarse consistió en la fabricación de una sal mineralizada para la alimentación del ganado vacuno. La sal tomo el nombre de Ganasal. Inicialmente se empezó a vender en los santanderes y el cesar, posteriormente en Boyacá, Bogotá y los Llanos orientales y más tarde en el valle del cauca y parte de la costa norte.

En el curso de los primeros 10 años de la empresa, la sal mineralizada se empezó a fabricar con diferentes formulaciones y referencias: Ganasal corriente, Ganasal 7, Ganasal 8, Ganasal 10 y Superganasal entre muchas otras que existen actualmente. Estas distintas formulaciones corresponden a las necesidades del ganado con respecto a su etapa productiva que puede ser de cría, levante, engorde ó exposición.

También corresponden a las diferentes regiones del país según las necesidades de calcio, fósforo y otros minerales, debido a que existen zonas donde la carencia de estos minerales es más notables que en otras.

Desde un comienzo la empresa produjo parte de la materia prima para la mezcla de la sal mineralizada, esa materia prima estaba constituida por la harina de huesos.

Los huesos se adquirían frescos en las plazas de mercado, se trataban al vapor antes de molerlos y posteriormente se sometían a calcinación en hornos especiales. Más tarde la harina de huesos, que era fuente de fósforo se fue reemplazando por un material importado, el fosfato bicálcico.

En los primeros años de la década del setenta, Indagro produjo otras harinas provenientes de subproductos de mataderos: cachos, pezuñas y cerdas de marrano. También se procesaba la hiel de los animales y se aprovechaban los cálculos biliares, éstos últimos se exportaban a Alemania como materia prima para productos farmacéuticos. Pero la producción de estas harinas y la venta de la hiel y los cálculos se suspendió porque la comercialización se volvió irregular.

En los primeros años de la década del noventa, Indagro le compro a otra empresa (Acigras) las instalaciones y los contratos con los proveedores de Sebo animal. En 1998 la empresa importo una maquinaria para modificar el proceso de producción de las grasas, consistente en un de canter (separador de aceite y carne) y centrifugas para purificar el aceite, ambos productos se vendían a fábricas de alimentos concentrados para animales. Un año más tarde la sociedad Avigras, integrada por varios de los socios de Indagro, y otros terceros, celebró un contrato con Indagro, para que éste le maquilara más materias primas consistentes en subproductos del sacrificio de pollos (tripas, plumas y sangre) a fin de producir con ellas aceite y harinas de pollo.

Estos productos se venden como materia prima a fábricas de concentrados para animales, especialmente para perros.

Indagro, se inició en 1964 con un gerente, una secretaria, un mensajero y tres operarios, en la actualidad cuenta con 20 personas en el área administrativa y 43 en el área de producción. La empresa está ubicada en el kilómetro uno vía Chimitá.

2.2 NATURALEZA JURÍDICA Y DOMICILIO

La Gerencia de Indagro está conformada actualmente por Fernando Silva Sanjuán y su representante legal Camilo Silva Sanjuán. Además de ellos, se encuentran los socios Roberto Silva Sanjuán, Alfredo Silva Sanjuán, Laura Silva Sanjuán, quienes no permanecen en la empresa pero tienen acciones en ella.

En el área administrativa también se encuentran: la secretaria de gerencia, contabilidad, tesorería, ventas, sistemas, marketing y comunicaciones, recepción, facturación, jefe de producción, recursos humanos. Además de los mensajeros, vendedores, celadores, conductores y servicios generales.

En el área de producción se encuentra el personal operativo y toda la maquinaria utilizada para el procesamiento de las sales mineralizadas.

La Gerencia es la encargada de tomar las decisiones más importantes de la empresa y de manejar a todo el personal, en especial al administrativo ya que al operativo lo maneja el jefe de producción, con la colaboración del jefe de recursos humanos.

La autoridad también recae en la Gerencia, aunque la secretaria de la misma de igual modo, ejerce una fuerte influencia en la empresa y en cierta forma es una líder debido a su carácter y personalidad y a la confianza y credibilidad que ha ganado durante el tiempo que lleva trabajando en Indagro S.A, situación que aprovecha muchas veces para actuar negativamente, indisponiendo a los empleados y afectando el clima laboral.

Indagro es una empresa que siempre ha tratado de conservar a sus empleados, prueba de ello es la rotación baja que se presenta y los años que llevan la mayoría de ellos trabajando en la organización.

Durante mucho tiempo Indagro S.A ha brindado a sus empleados beneficios relacionados con vivienda, escolaridad para sus hijos, bonificaciones de fin de año, celebraciones de fechas especiales y demás. Pero esta situación ha cambiado en los últimos años debido a la difícil situación económica de la empresa.

La comunicación que se da al interior de Indagro sobre todo en el área administrativa es formal y se rige por el respeto y la tolerancia, a diferencia de la comunicación que se da en el área de producción la cual se caracteriza por la informalidad y la confianza. * **Información suministrada por Gerencia**

2.3 FUNDAMENTOS EMPRESARIALES²

MISIÓN: “Somos una empresa industrial que produce Sales Mineralizadas, Suplementos Nutricionales, Pre mezclas Minerales para ganado. Contamos con un equipo humano dedicado al perfeccionamiento de todos nuestros productos a través de una investigación integral y la utilización de materias primas de la más alta calidad”

VISIÓN: “Hoy como en el futuro nos proyectaremos como empresa económicamente sólida, con reconocimiento nacional en la producción de Minerales y Suplementos Nutricionales para ganado. En razón al trabajo de un equipo humano integrado y comprometido con la Investigación la Calidad y el Servicio”

VALORES: La empresa identifica valores importantes en sus empleados tales como: honestidad, lealtad, confianza, responsabilidad, eficiencia, sencillez, compromiso, sentido de pertenencia, puntualidad y colaboración entre otros.

²GANASAL. Nosotros [En línea]. <http://www.ganasal.com/nosotros/> (consultado 12 abril de 2013.)

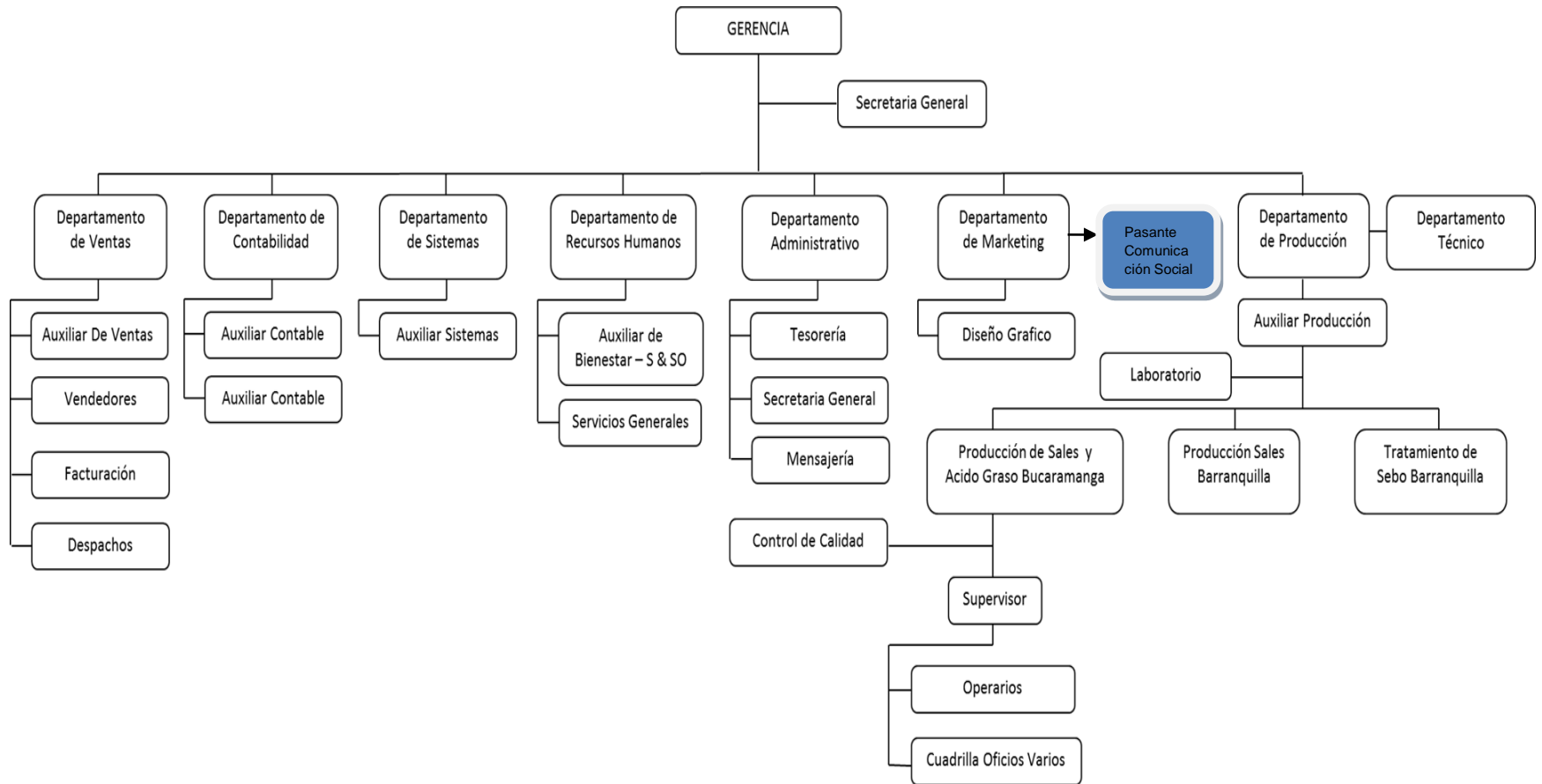
LOGO:



MARCA DEL PRODUCTO:



2.4 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



2.5 OFICINA DE MARKETING Y COMUNICACIONES

En la actualidad esta oficina cuenta con tres profesionales, los cuales son los responsables de cada una de las tareas ejecutadas allí.

A partir de este año se cuenta con un pasante de comunicación social quien dentro de sus funciones y responsabilidades, maneja todas las comunicaciones externas de la empresa, apoya las relaciones públicas y es el responsable de gran parte de los contenidos audiovisuales que se generan y son publicados en los sitios web de la empresa.

Bajo la responsabilidad de este departamento, está Yurley Pineda Vargas, administradora de empresas agropecuarias, quien responde por todas las tareas realizadas allí.

Ella es el contacto directo con las empresas para manejar todo el tema de patrocinios, asistencia a ferias, envío de publicidad, temas a trabajar en los canales de información, fuentes para cubrir, visitas a haciendas o fincas, la retroalimentación en las redes sociales como Facebook y Twitter, el servicio al cliente, así como el supervisar las actividades de las personas que laboran en su equipo.

Por otra parte, existe un diseñador gráfico quien al mismo tiempo realiza la función de web máster, este profesional crea todas las piezas publicitarias que demanda la organización.

Finalmente, está el pasante de comunicación social – periodismo quien apoya y desarrolla todas las tareas como las relaciones públicas, la implementación de estrategias de comunicación y el uso de los medios institucionales,

2.6 ANTECEDENTES DE EXPERIENCIAS DE COMUNICACIÓN EN INDAGRO S.A

Desde hace dos años la empresa empezó a trabajar el tema de la comunicación externa de manera espontánea, nada sustentado a una estrategia, simplemente se hacía como resultado a las necesidades que demandaba el mercado.

La organización vio en la realización de una videoconferencia gratuita dirigida a las personas relacionadas con el mundo de la ganadería; médicos veterinarios, zootecnista, administradores de empresas agropecuarias, propietarios de haciendas y futuros profesionales, una manera de dirigirse externamente con este público.

Desde ese momento, la empresa quiso tener un espacio mensual de manera virtual, donde contara con exponentes reconocidos y se abordaran diferente temáticas. Para esto, se empieza a diseñar toda la publicidad y se hace la divulgación por los correos electrónicos para que las personas se conectaran.

A raíz de eso, se empezó a implementar diferentes espacios para la divulgación de las actividades de la empresa y así tener un mayor acercamiento con los públicos externos. Se aprovecha el auge de las redes sociales como Facebook y Twitter, donde se comparte información, artículos ganaderos, fotos y videos de las ferias en todo el país.

Al tiempo, se estableció un sitio web para la publicación de escritos relacionados con nutrición, enfermedades, razas, productos y resultados de campo, un blog ganadero, el cual se actualiza periódicamente.

Finalmente, para el 2013, esta oficina vio la necesidad de contar con el apoyo de un profesional en comunicación social – periodismo para el apoyo en la propuesta audiovisual denominada Ganasal TV, cuyo propósito es visitar las haciendas de Colombia donde se consumen los productos de la empresa, mientras se acompaña a los asesores comerciales en la asistencia técnica, allí se graban los testimonios, para posteriormente ser publicados en el sitio web www.ganasaltv.com .

3 REFERENTE CONCEPTUAL

En las labores ejecutadas durante el desarrollo de la pasantía en la empresa Indagro S.A, es clave abordar conceptos importantes que permiten enriquecer el proceso con su respectivo significado.

Tal es el caso de la comunicación externa, en primera medida por ser parte de las acciones comunicativas que siempre están presentes en el día a día de la organización, se comunica desde el departamento de marketing y comunicaciones todas las actividades, eventos, avances tecnológicos y de investigación, así como contenido educativo a los públicos externos e internos.

En este sentido, tal y como lo menciona un destacado centro de investigación “La comunicación externa de la organización surge de la misma necesidad de interrelacionarse con otros públicos externos a la organización sin la cual su función productiva no se podría desarrollar”³

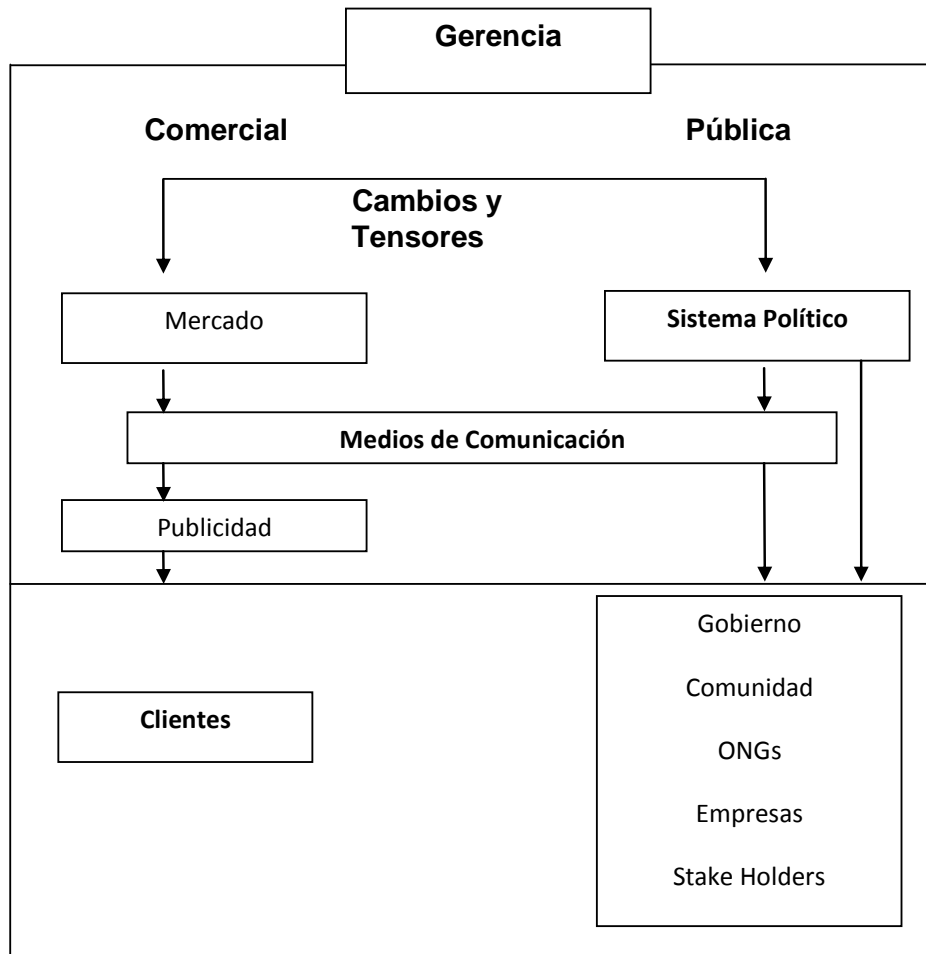
Es de esa manera que el contacto permanente con los públicos de interés se hace con más frecuencia, para tenerlos informados sobre los últimos avances en tecnología, actividades recientes de la empresa y sobre los diferentes servicios que se ofrecen.

Así mismo, cabe aclarar que la comunicación externa está dividida principalmente en dos categorías; comunicación comercial y comunicación pública tal como lo describe el Centro de Investigaciones de la Comunicación Corporativa Organizacional, CICCOC en el libro Comunicación empresarial donde de manera

³ CENTRO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA ORGANIZACIONAL. Comunicación Empresarial, Plan estratégico como herramienta gerencial, Bogotá, D.C, ECOE Ediciones, U. Sábana, 2008.

ordenada muestra un gráfico de la estructura de la comunicación externa, que a continuación se presenta:

Figura N. 1 ESTRUCTURA DE LA COMUNICACIÓN EXTERNA⁴



De las dos comunicaciones derivadas de la externa, la comercial es quien se asocia con el perfil y actividades que se realizan en Indagro S.A, puesto que la

⁴ CENTRO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA ORGANIZACIONAL. Comunicación Empresarial, Plan estratégico como herramienta gerencial, Bogotá, D.C, ECOE Ediciones, U. Sabana, 2008.

pública se relaciona más con organizaciones de carácter estatal, donde sus pautas de trabajo van a unidas a las políticas de Gobierno.

En este caso la comunicación se enfoca desde lo comercial y tal como lo muestra la figura anterior, este modelo tiene unas etapas que permiten su desarrollo, en primera instancia está un mercado en el cual se compete y donde se tienen décadas de trabajo.

Los medios de comunicación constituyen el siguiente eslabón y es allí donde de manera mediática la organización busca el posicionamiento de su marca, en programas de televisión como el mundo del campo y otros emitidos en Tv Agro, cuñas en espacios radiales en las emisoras de los departamentos donde se tiene presencia, al igual que en los espacios con los cuales cuenta Indagro S.A como el canal virtual de televisión y el blog ganadero.

La publicidad como siguiente instancia permite que, el producto o servicio se haga visible, permitiendo que se puedan conocer sus beneficios, los avances de investigación alcanzada, el precio, las promociones, así mismo es por medio de la publicidad la organización busca un posicionamiento de marca en el mercado.

Finalmente, según la figura de la estructura de comunicación externa está el cliente quien es en resumidas cuentas quien adquiere el producto, en esta figura se enfoca todas las estrategias de la empresa, se mejora la calidad del producto y del servicio.

Es importante mencionar a la comunicación de marketing, término cuya definición hace parte de los conceptos complementarios para la elaboración de este referente teórico, pues su definición se relaciona con el trabajo que se realiza dentro del equipo de marketing y comunicaciones de Indagro S.A.

“La comunicación de Marketing se usa como término general para cubrir la publicidad, las promociones de ventas, el marketing directo, el patrocinio, las ventas personales, y otros elementos (de comunicación) del mix.”⁵ Todas las acciones señaladas hacen parte de las tareas que se desempeñan y que obedecen a unos parámetros establecidos en el departamento de Marketing y Comunicaciones.

De ese mix, es importante desglosar cada una de sus partes tal como el producto, el precio, la plaza y la promoción, con el fin de conocer más sobre la función que cada uno desempeña.

El producto o el servicio, dependiendo de la finalidad de la organización, es la carta de presentación en el mercado, es lo que lo distingue y permite su reconocimiento, en Indagro S.A esto ocurre con Ganasal producto insignia.

El precio siempre irá sujeto al producto, en ocasiones es el gancho que tienen las empresas para con sus públicos, en tema de precios éste debe reflejar que la inversión vale la pena realizarla.

La plaza se refiere al sitio donde el cliente puede encontrar el producto o servicio, la organización cuenta con cobertura en todo el país, dividida en siete regiones, Caribe, Antioquia, Oriente, Occidente, Caquetá, Llanos y Sábana de Bogotá

Para la promoción se utiliza la creación de diferentes piezas mediáticas, allí se debe incentivar al cliente a adquirir un producto, y que este conlleve un servicio de asesoramiento, si bien es cierto a las personas les atraen las promociones se le debe apostar a un paquete completo de beneficios.

⁵ Cess B.M Van Riel, Comunicación Corporativa, Editorial Prentice Hall, pág. 9, 1997 Madrid.

Al igual que la comunicación de marketing, también se debe hablar de la relacional que según Pedro J. Reinares y José Ponzoa⁶ se utiliza para “conseguir un determinado posicionamiento de marca, como elaborar procedimientos de retroalimentación que ayuden a comprender la influencia de las relaciones en dicho procedimiento.”

Cabe aclarar que la comunicación relacional no se debe reducir solo a la utilización de aplicaciones tecnológicas, ni a aparatos electrónicos, debe existir un factor humano para generar una relación, un vínculo entre empresa y cliente, este proceso debe ir sustentado bajo una estrategia.

Así mismo, los autores establecen unos canales efectivos para la comunicación relacional entre los que están el uso del correo electrónico cuyas ventajas permiten una retroalimentación en tiempo real, control de medida de eficacia y costes bajos, también la televisión digital que logra una creatividad novedosa, el uso del medio y del lenguaje audiovisual y establece sinergias entre el medio internet y el televisivo, por último está el internet donde hay una interactividad y feedback, costos bajos y sistemas de medición.

Indagro S.A cuenta con todos los canales mencionados y hace uso de estos, se usa el correo electrónico como una manera de intercambiar información y mantener actualizados a los públicos de interés sobre los acontecimientos de la organización, también está el canal de televisión, un medio destinado para la divulgación de contenido relacionado con la ganadería, este espacio permite reducir costos y es de gran utilidad pues el auge del internet crece y cada vez son más las personas que tienen acceso.

⁶ REINARES, Pedro. PONZOA, José. Marketing Relacional, un nuevo enfoque para la seducción y fidelización del cliente. 2da edición, Prentice Hall Financial Times, pág. 148. 2006, Madrid.

Si bien todos los aspectos anteriores son importantes para el manejo de las comunicaciones externas y el posicionamiento de una buena imagen, también se debe mencionar al marketing relacional pues contribuye a fortalecer las relaciones con los públicos externos de cualquier organización, es por eso que Manuel Alfaro afirma, sobre este término lo siguiente “el marketing relacional es un esfuerzo integrado para identificar y mantener una red de clientes, con el objetivo de reforzarlas continuamente en beneficio de ambas partes, mediante contactos e interacción individualizados que generen valor a lo largo del tiempo”⁷

Lo que traduce al marketing relacional como un proceso social, donde existe una interacción entre personas que tienen gustos o temas en común, buscando cultivar esas relaciones y fortalecerlas.

Igualmente, se debe tener en cuenta que con la implementación del marketing relacional, los resultados no llegarán a corto plazo, con el tiempo se irá fortaleciendo los lazos de confianza entre ambas partes (empresa – clientes), por eso se debe trabajar día a día, partiendo de una planeación con unos objetivos claros y verificar mediante indicadores el cumplimiento de estos.

Finalmente, si el ejercicio se hace de la manera correcta, el resultado será la fidelización, un cliente que estará firme con la compañía, hablará bien de esta y la recomendará con las personas allegadas.

Esa fidelización, también se puede conseguir mediante las relaciones públicas, que permite la creación de vínculos de confianza entre las organizaciones con sus públicos de interés, generando confianza y beneficios entre ambas partes.

⁷ REINARES, Pedro y PONZOA José. Marketing Relacional, un nuevo enfoque para la seducción y fidelización del cliente, 2da Edición, Editorial Prentice Hall Financial Times, Madrid, 2006 Pág. 19

Es por eso, que “Las relaciones públicas son la función de la gestión que establece y mantiene relaciones mutuas y beneficiosas entre una organización y el público del cual depende su éxito o fracaso”⁸

Dentro de los espacios para su desarrollo están los medios institucionales, la realización de convenciones o eventos corporativos, el patrocinio a actividades, culturales, académicas, educativas entre otras y la publicidad que mediante anuncios cargados de contenido busca lograr un mayor impacto, todo esto contribuye a una Imagen constante, identidad sólida y reputación favorable que constituyen esos elementos intangibles claves para el posicionamiento de una organización.

⁸ RODRÍGUEZ, Darío. OPAZO, María del Pilar. Comunicación de la Organización, Ediciones Universidad Católica de Chile, Pág. 465, 2009, México D.F.

4 OBJETIVOS

4.1 OBJETIVO GENERAL

- ❖ Ejecutar acciones comunicativas que permitan el posicionamiento de la imagen de Indagro S.A con sus públicos externos y de interés con el fin de ser reconocidos como pioneros en sales mineralizadas en el país.

4.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Implementar las relaciones públicas como una manera de fortalecer los vínculos de la empresa con la academia y el sector productivo.
- Generar contenido mediático el cual pueda ser utilizado en los canales de comunicación existentes en la empresa
- Establecer contacto con los públicos de interés de la organización, mediante los canales de información y comunicación existentes.

5 MATRIZ DE TRABAJO

Objetivo General: Proponer acciones comunicativas que permitan el posicionamiento de la imagen de Indagro S.A con sus públicos externos y de interés con el fin de ser reconocidos como pioneros en sales mineralizadas en el país.																											
Objetivos Específicos:	Actividades	Indicador Objetivamente Verificable (IOV)	Febrero		Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio		Agosto				
			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
Objetivo Específico # 1 - Implementar las relaciones públicas como una manera de fortalecer los vínculos de la empresa con la academia y el sector productivo.	A. 1.1 Hacer presencia en las actividades académicas de las facultades y las ferias más importantes del país	Informe de asistencia a evento																									
	A. 1.2 Apoyo logístico en las ferias donde participa Indagro S.A	Recuento de actividades apoyadas																									
	A. 1.3 Efectuar Marketing relacional como una manera de fidelización con los clientes y público de interés.	Registro de las acciones ejecutadas																									
Objetivo específico # 2 - Generar contenido mediático el cual pueda ser utilizado en los canales de comunicación existentes en la empresa	A. 1.4 Acompañar a los asesores técnicos comerciales en las asistencias técnicas con miras de grabar en las fincas o haciendas declaraciones de ganaderos para publicarlas en Ganasal TV.	Registro visual y audiovisual con la grabación de los testimonios																									
	A. 2.1 Diagnosticar el formato utilizado en Ganasal TV con la intención de fortalecer su contenido	Documento del diagnóstico con sus observaciones																									
	A. 2.2 Realización de las fases de pre, pro y postproducción de Ganasal TV	Documento inventario de los productos mediáticos realizados para Ganasal TV																									
	A. 2.3 Generar contenido mediático para publicar en el blog ganadero existente en la organización	Artículos publicados en www.salesganasal.com																									
Objetivo específico # 3 - Establecer contacto con los públicos de interés de la organización, mediante los canales de información y comunicación existentes.	A. 2.4 Apoyo en la realización de piezas mediáticas o publicitarias	Documento inventario de las piezas realizadas																									
	A. 3.1 Elaboración de una Base de datos con información de los públicos de interés de la organización.	Base de datos con información de los públicos de interés																									
	A. 3.2 Ofrecer respuesta rápida a las sugerencias y preguntas enviadas en las redes sociales.	Registro de las inquietudes resueltas																									
	A. 3.3 Establecer el correo electrónico como un medio para intercambio de información de las actividades de la empresa.	Informe de correos enviados de la empresa.																									

Figura 2: Matriz del plan. Autor

6 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Objetivo N.1 Implementar las relaciones públicas como una manera de fortalecer los vínculos de la empresa con la academia y el sector productivo.

Actividades:

- ✓ Hacer presencia en las actividades académicas de las facultades y las ferias más importantes del país
- ✓ Apoyo logístico en las ferias donde participa Indagro S.A
- ✓ Efectuar Marketing relacional como una manera de fidelización con los clientes y público de interés.
- ✓ Acompañar a los asesores técnicos comerciales en las asistencias técnicas para grabar en las fincas o haciendas declaraciones de ganaderos para publicarlas en Ganasal TV.

Objetivo N.2 Generar contenido mediático el cual pueda ser utilizado en los canales de comunicación existentes en la empresa

Actividades:

- ✓ Conocer los formatos utilizados en la producción de Ganasal TV con la intención de fortalecer su contenido

TV los productos audiovisuales publicados en Ganasal TV

- ✓ Realización de las fases de pre, pro y postproducción de Ganasal TV

- ✓ Generar contenido mediático para publicar en el blog ganadero existente en la organización

- ✓ Apoyo en la realización de piezas mediáticas o publicitarias

Objetivo N.3 Establecer contacto con los públicos de interés de la organización, mediante los canales de información y comunicación existentes.

Actividades:

- ✓ Elaboración de una Base de datos con información de los públicos de interés de la organización.

- ✓ Ofrecer respuesta rápida a las sugerencias y preguntas enviadas en las redes sociales.

- ✓ Establecer el correo electrónico como un medio para intercambio de información de las actividades de la empresa.

ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Al final de este documento, después de la lista de figuras, está la parte de anexos donde se puede encontrar las evidencias de cada una de las actividades desarrolladas en Indagro S.A.

6.1 Objetivo específico N.1 Implementar las relaciones públicas como una manera de fortalecer los vínculos de la empresa con la academia y el sector productivo.

6.1.1 Actividad 1.1: Hacer presencia en las actividades académicas de las facultades y eventos del sector ganadero del país

FECHA DE ACTIVIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TEMA	PRODUCTO	OBSERVACIONES
1 de Marzo	Cubrimiento del Seminario Ganadero - Valledupar	Apoyar en el cubrimiento que realiza la empresa	Seminario ganadero	Testimonios - Grabación video de expuesto en el seminario	
2 de Abril	Visita a la UCC, UDES, USTA promocionando la videoconferencia del mes	Afianzar alianzas estratégicas con las facultades relacionadas con la ganadería.	Acercamiento con las facultades	Intercambio de contactos personales	Fui con la jefa del departamento y fuimos atendidos por los directores
19 y 20 de Abril	Cubrimiento de AgroFeria 2013	Apoyo periodístico a eventos donde la empresa hace presencia	Cubrimiento eventos	Entrevistas e imágenes del evento	
11 – 20 de Julio	Grabación de 15 testimonios en Agroexpo 2013	Recoger las experiencias de los clientes con nuestros productos.	Grabación	Testimonios grabados	

6.1.2 Actividad 1.2: Apoyo logístico en los eventos ganaderos donde participa Indagro S.A



Cubrimiento Agroferia			Cubrimiento a seminario		
FECHA DE ACTIVIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TEMA	PRODUCTO	OBSERVACIONES
28 de febrero	Logística para seminario de lechería en el trópico, patrocinada por Indagro S.A	Apoyo en la divulgación de actividades a realizar por la empresa	Logística evento	Conferencista	
1 de Marzo	Cubrimiento del Seminario Ganadero	Apoyar en el cubrimiento que realiza la empresa	Seminario ganadero	Testimonios - Grabación video de expuesto en el seminario	
19 y 20 de Abril	Cubrimiento de AgroFeria 2013	Apoyo periodístico a eventos donde la empresa hace presencia	Cubrimiento eventos	Entrevistas e imágenes del evento	
5 – 8 de Julio	Logística evento Agroexpo 2013	Apoyar los eventos donde la empresa hace presencia	Cubrimiento eventos	Entrevistas e imágenes del evento	

9 – 10 de Julio	Armazón Stand Agroexpo 2013	Apoyar los eventos donde la empresa hace presencia	Cubrimiento o eventos	Entrevistas e imágenes del evento	
-----------------	-----------------------------	--	-----------------------	-----------------------------------	--

6.1.3 Actividad 1.3: Efectuar Marketing relacional como una manera de fidelización con los clientes y público de interés.



Visita a las universidades

Visita a las universidades

FECHA DE ACTIVIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TEMA	PRODUCTO	OBSERVACIONES
1 de Abril	Contacto vía telefónica con los directores de los programas académicos	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la	Contacto universidades	Llamadas	Se contactó los directores de las facultades de la UCC UDES y USTA

		empresa			
2 de Abril	Visita a la UCC, UDES, USTA promocionando la videoconferencia del mes	Afianzar alianzas estratégicas con las facultades relacionadas con la ganadería.	Acercamiento con las facultades	Intercambio de contactos personales	Fui con la jefa del departamento y fuimos atendidos por los directores
2 de Mayo	Contacto universidades de Bogotá	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la empresa	Contacto universidades	Correos electrónicos	Se contactó los directores de las facultades de la UNAL, La Salle, Udca, San Martín, U. A. N, P.U.J
16 de Mayo	Visita Facultad de Zootecnia Universidad de Cundinamarca	Afianzar alianzas estratégicas con las facultades relacionadas con la ganadería.	Acercamiento con las facultades	Intercambio de contactos personales	Fui con la jefa del departamento y fuimos atendidos por los directores, allí realizamos una videoconferencia y se contó con la asistencia de alumnos del programa.
17 de Junio	Contacto telefónico Unisarc - Pereira	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la empresa	Contacto universidad	Llamada	Se contactó con la directora de la facultad de Unisarc - Pereira

6.1.4 Actividad 1.4: Acompañar a los asesores técnicos comerciales en las asistencias técnicas con miras a grabar en las fincas o haciendas declaraciones de ganaderos para publicarlas en Ganasal TV.



FECHA DE ACTIVIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TEMA	PRODUCTO	OBSERVACIONES
2 de Marzo	Grabación Hacienda Ariguaní	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo ganadero.	Grabación	Testimonios grabados	
4 de Marzo	Grabación Hacienda La Fe	Relatar las vivencias de las haciendas con con nuestros productos y su trabajo ganadero.	Grabación	Testimonio grabados	
5 de Marzo	Grabación Hacienda Villa Icha	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros	Grabación	Testimonio grabados	

		productos y su trabajo ganadero.			
7 de marzo	Grabación Hacienda Cañahuate	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo ganadero.	Grabación	Testimonio grabados	
8 de Marzo	Grabación Hacienda Siria	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo ganadero.	Grabación	Testimonio grabados	
24 de Abril	Grabación Hacienda el Rancho - Riutoque, Piedecuesta	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo ganadero.	Producción trabajos audiovisuales	Entrevistas e imágenes del evento	
15 de Mayo	Grabación finca Pantano Redondo	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo ganadero.	Grabación	Testimonio grabados	
16 de Mayo	Grabación Criadero Caballar Mancilla	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo	Grabación	Testimonio grabados	

		ganadero.			
17 de Mayo	Grabación testimonio Noga	Relatar las vivencias de los clientes con los productos Ganasal.	Grabación	Testimonio grabados	

6.2 Objetivo específico N.2 Generar contenido mediático el cual pueda ser utilizado en los canales de comunicación existentes en la empresa

6.2.1 Actividad 2.1: Diagnosticar el formato utilizado en Ganasal TV con la intención de fortalecer su contenido

	
Ganasal TV	Ganasal TV

FECHA DE ACTIVIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TEMA	PRODUCTO	OBSERVACIONES
15 - 17 de febrero	Revisión de programas audiovisuales de Indagro S.A	Conocer el formato como realiza la empresa los trabajos audiovisuales	Diagnóstico programas de TV	Revisión contenido de Ganasal TV	Se analizaron los trabajos de 2013
18 – 19 de Febrero	Elaboración documento diagnóstico de los trabajos audiovisuales	Redactar un documento que contenga apreciaciones de los trabajos	Redacción documento		Se analizaron los trabajos de 2013

		audiovisuales realizados por la empresa.			
20 de febrero	Entrega y socialización del diagnóstico	Compartir con los integrantes del departamento de marketing y comunicaciones las apreciaciones sobre los trabajos analizados.	Diagnóstico programas de TV	Documento con detalles del análisis	El documento fue presentado en físico y enviado por correo a la jefe del departamento, así mismo, se socializó lo analizado.

6.2.2 Actividad 2.2: Realización de las fases de pre, pro y post producción de Ganasal TV

	
Ganasal TV	Ganasal TV

FECHA DE ACTIVIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TEMA	PRODUCTO	OBSERVACIONES
21 - 22 de febrero	Edición de dos videos testimonios, feria Maloca	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Dos videos	

22 de febrero	Redacción y grabación de voz off para anuncio de video conferencia para publicar en la web	Apoyo en la divulgación de actividades a realizar por la empresa	Videoconferencia	Voz off	
	Publicación de dos videos a YouTube	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Publicación videos	Dos videos publicados	
25 - 27 de febrero	Elaboración guiones para correría por la región caribe	Realizar la Pre-producción de los trabajos audiovisuales	Pre Producción programas audiovisuales	Guiones	
26 de febrero	Elaboración y envío de preguntas a las fincas a visitar	Realizar la Pre-producción de los trabajos audiovisuales	Pre Producción programas audiovisuales	Preguntas	
2 de Marzo	Grabación Hacienda Ariguaní	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo ganadero.	Grabación	Testimonios grabados	
4 de Marzo	Grabación Hacienda La Fe	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo ganadero.	Grabación	Testimonio grabados	

5 de Marzo	Grabación Hacienda Villa lcha	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo ganadero.	Grabación	Testimonio grabados	
	Grabación presentaciones para los dos resúmenes de la correría por el Cesar	Resaltar los sitios turístico y emblemáticos del departamento a visitar	Resumen Ganasal TV	Grabación presentaciones	Se utilizaron dos locaciones, el río Guatapurí y la plaza Alfonso López
6 de Marzo	Realización de Videoconferencia mes de marzo	Contar con un espacio para el aprendizaje de temas relacionados con la ganadería	Videoconferencia	Grabación videoconferencia	
7 de Marzo	Grabación presentación resumen de la correría por Bolívar	Resaltar los sitios turístico y emblemáticos del departamento a visitar	Resumen Ganasal TV	Grabación presentaciones	Se utilizó como locación la iglesia de Magangué para la grabación
	Grabación Hacienda Cañahuate	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo ganadero.	Grabación	Testimonio grabados	
8 de Marzo	Grabación	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo	Grabación	Testimonio grabados	

		ganadero.			
9 de Marzo	Grabación	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo ganadero.	Grabación	Testimonio grabados	
11 de Marzo	Edición video promocional nueva temporada de Ganasal TV	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
12 de Marzo	Publicación video promocional a YouTube	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Divulgación Video	Video	
	Edición video resumen cesar correría	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
13 de Marzo	Edición videos correría costa	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
14 de Marzo	Edición videos correría costa	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	

19 - 23 de Marzo	Edición video Hacienda La Fe	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
27 de Marzo	Grabación voz off Hacienda La FE	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Voz off	
3 de Abril	Edición video resumen 1 cesar correría	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
5 de Abril	Préstamo de luces para videoconferencia	Realizar la pre-producción de los trabajos audiovisuales	Pre Producción programas audiovisuales	Kit Luces	El Centro de Producción Audiovisual de la UPB prestó los equipos.
	Montaje del set y acompañamiento en la realización de la videoconferencia	Realizar la pre y producción de los trabajos audiovisuales	Pre y Producción programas audiovisuales	Set video conferencia	Se utilizó como locación la oficina de gerencia y se adecuó para la videoconferencia
6 de Abril	Desmontaje del set	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Desmontaje del set	
8 de Abril	Entrega kit de luces a la U.P.B	Realizar la post-producción de los trabajos	Post - Producción trabajos audiovisuales	Entrega	Se entregó el kit de luces al Centro de Producción Audiovisual

		audiovisuales			de la UPB.
	Publicación video Villa lcha en páginas web y redes sociales	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Divulgación video	Video	
9 de Abril	Grabación voz off ICA	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Tuberculosis	Voz off	
	Edición video ICA	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Tuberculosis	Montaje video	
	Redacción texto ICA	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Tuberculosis	Montaje video	
10 de Abril	Redacción texto resumen Valledupar 1	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Pre Producción programas audiovisuales	Montaje video	
	Edición video resumen Valledupar 1	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	

11 de Abril	Edición final nota ICA Tuberculosis	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Video	
12 de Abril	Grabación voz off resumen Valledupar	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Voz off	
	Edición video resumen Valledupar 1	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
15 de Abril	Edición final video resumen Valledupar 1	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
16 de Abril	Publicación video Valledupar 1 en YouTube	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Divulgación video	Video	
	Edición video Rancho Ariguaní	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
17 de Abril	Publicación en Ganasal TV del video resumen Valledupar 1	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Divulgación video	Video	

	Publicación en YouTube video Hacienda La Fe	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Divulgación video	Video	
25 de Abril	Grabación Hacienda el Rancho - Riutoque, Piedecuesta	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo ganadero.	Producción trabajos audiovisuales	Entrevistas e imágenes del evento	
30 de Abril	Publicación video ICA a Ganasal TV	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Divulgación de Video	Video	
15 de Mayo	Grabación finca Pantano Redondo	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo ganadero.	Grabación	Testimonio grabados	
16 de Mayo	Grabación Criadero Caballar Mancilla	Relatar las vivencias de las haciendas con nuestros productos y su trabajo ganadero.	Grabación	Testimonio grabados	
	Montaje del set y acompañamiento en la realización de la videoconferencia	Realizar la pre y producción de los trabajos audiovisuales	Pre y Producción programas audiovisuales	Set video conferencia	Se utilizó como locación un salón de la Universidad de Cundinamarca en Facatativá

17 de Mayo	Grabación resume correría por el departamento de Cundinamarca - Parque Chía	Resaltar los sitios turístico y emblemáticos del departamento a visitar	Resumen Ganasal TV	Grabación presentaciones	Se grabó en el parque de Chía.
	Grabación testimonio Noga	Relatar las vivencias de los clientes con los productos Ganasal.	Grabación	Testimonio grabados	
22 de Mayo	Edición video Rancho Ariguaní	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
23 de Mayo	Edición video AgroFeria 2013	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
25 de Mayo	Edición video AgroFeria 2013	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
27 de Mayo	Edición final video AgroFeria 2013	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
28 de Mayo	Edición final video Rancho Ariguaní	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	

29 de Mayo	Publicación en YouTube y Ganasal TV - Resumen Agroferia 2013	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Divulgación Video	Video	
	Publicación en YouTube y Ganasal TV - Rancho Ariguaní	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Divulgación Video	Video	
30 de Mayo	Edición final video testimonio 1 y 2 Agroferia 2013	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
	Publicación en YouTube y Ganasal TV de testimonio 1 Agroferia 2013	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Divulgación Video	Video	
31 de Mayo	Edición final video testimonio 3 Agroferia 2013	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
5 y 6 de Junio	Publicación en YouTube y Ganasal TV de testimonio 2 y 3 Agroferia 2013	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Divulgación Video	Video	
12 de Junio	Edición video Hacienda Cañahuate	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	

18 de Junio	Grabación voz off resumen Magangué	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Resumen Magangué	Voz off	
	Edición final Hacienda Cañahuate	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
19 de Junio	Publicación Hacienda Cañahuate en YouTube y Ganasal TV	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Divulgación Video	Video	
20 de junio	Edición final resumen Magangué	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
21 de Junio	Publicación resumen por el departamento de Bolívar en YouTube y Ganasal TV	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Divulgación Video	Video	
24 de Junio	Publicación en YouTube y Ganasal TV de videoconferencia <Manejo de la ganadería en el trópico bajo>	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Divulgación Video	Video	
25 de Junio	Edición video Hacienda Siria	Realizar la post-producción de los	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	

		trabajos audiovisuales			
26 de Junio	Redacción y grabación de la voz off Hacienda Siria	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
27 de Junio	Edición final Hacienda Siria y publicación en YouTube y Ganasal TV	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Divulgación Video	Video	
28 de Junio	Edición video Hacienda Los Cerritos - Caquetá	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
29 de Junio	Edición video Hacienda La Esperanza - Caquetá	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
2 de Julio	Edición final Finca Los Cerritos y Hda. La Esperanza	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
3 de Julio	Publicación en Ganasal TV y YouTube de Finca Los Cerritos y Hda. La Esperanza	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Divulgación video	Montaje video	

4 de Julio	Edición resumen Caquetá – Redacción del texto	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
14 de Julio	Grabación invitación Fernando Silva, Gerente a visitar el Stand de Ganasal.	Realizar videos promocionales dirigidos al público objetivo de Indagro S.A	Grabación	Mensaje del Gerente Comercial	
	Grabación presentación resumen Agroexpo 2013	Resaltar los sitios turístico y emblemáticos a visitar	Resumen Ganasal TV	Grabación presentaciones	Se utilizaron las locaciones de Corferias
17 de Julio	Edición final y publicación en Ganasal TV y YouTube de invitación de Fernando Silva	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Divulgación video	Montaje video	
18 de Julio	Edición final y publicación en Ganasal TV y YouTube de testimonio de Darry Degannes Agroexpo 2013	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Divulgación video	Montaje video	
19 de Julio	Edición final y publicación en Ganasal TV y YouTube de testimonio de José Pérez Agroexpo 2013	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Divulgación video	Montaje video	
20 de Julio	Edición final y publicación en Ganasal TV y YouTube de testimonio de	Realizar la post-producción de los trabajos	Divulgación video	Montaje video	

	invitación Lina Obando, Gerente Antioquia	audiovisuales			
24 de Julio	Edición final testimonio Giovanni Galindo	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Post - Producción trabajos audiovisuales	Montaje video	
25 de Julio	Publicación video Giovanni Galindo en Ganasal TV y YouTube	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Divulgación video	Montaje video	
29 de Julio	Publicación video de Gustavo Gnneco en Ganasal TV y YouTube	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Divulgación video	Montaje video	
2 de Agosto	Edición final y publicación en Ganasal TV y YouTube testimonio de Carlos Augusto Osorio	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Divulgación video	Montaje video	
5 de Agosto	Edición final y publicación en Ganasal TV y YouTube testimonio de Andrés Gutiérrez	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Divulgación video	Montaje video	
6 de Agosto	Edición final y publicación en Ganasal TV y YouTube testimonio	Realizar la post-producción de los trabajos audiovisuales	Divulgación video	Montaje video	

6.2.3 Actividad 2.3: Generar contenido mediático para publicar en el blog ganadero existente en la organización

	
Artículos del blog ganadero	Artículos del blog ganadero

FECHA DE ACTIVIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TEMA	PRODUCTO	OBSERVACIONES
14 de Marzo	Redacción artículo para blog ganadero	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Proyecto Doble Propósito	Elaboración artículo	
15 de Marzo	Redacción y envío artículo para blog ganadero	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Artículo - Proyecto Doble Propósito	Artículo	El artículo fue publicado en el blog ganadero
22 de Abril	Redacción artículo balance de AgroFeria 2013 para el blog ganadero	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Artículo Balance AgroFeria 2013	Artículo	

25 de Abril	Publicación de artículo balance de AgroFeria 2013 para el blog ganadero	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Artículo Balance AgroFeria 2013	Artículo	
30 de Abril	Redacción artículo Tuberculosis para el blog ganadero	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Artículo Tuberculosis	Redacción artículo	
2 de Mayo	Redacción artículos Hartón del Valle para el blog ganadero	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Artículo Hartón del Valle	Artículo	
3 de Mayo	Redacción y envío artículo Hartón del Valle para el blog ganadero	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Artículo Hartón del Valle	Artículo	
4 de Mayo	Redacción artículo razas criollas para el blog	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Artículo razas criollas	Artículo	
6 de Mayo	Redacción y envío artículo para el blog sobre razas criollas y colombiana puras	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Artículo razas criollas	Artículo	

7 - 8 de Mayo	Redacción artículo premio nacional de Ganadería (Jorge García)	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Artículo Jorge García	Artículo	
9 de Mayo	Redacción y envío de artículo premio nacional de ganadería (Jorge García)	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Artículo Jorge García	Artículo	
14 de Mayo	Publicación entrevista a Jorge García en el blog ganadero.	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Artículo Jorge García	Artículo	
21 de Mayo	Redacción artículo blog ganadero "Buenas prácticas ganaderas usos - usos sales mineralizadas"	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Artículo "Buenas prácticas ganaderas usos - usos sales mineralizadas"	Artículo	
4 de Junio	Publicación blog ganadero artículo de Marino Valderrama Hartón del Valle	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Artículo Hartón del Valle	Artículo	

11 de Junio	Publicación en el blog ganadero artículo - Erradicación tuberculosis y brucelosis meta del Ica para el 2013.	Publicar información en los sitios web con los que cuenta la empresa	Artículo Ica	Artículo	
14 de Junio	Redacción y envío de entrevista para el blog ganadero	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Entrevista Ricardo Botero	Artículo	
17 de Junio	Publicación entrevista Ricardo Botero Maya en el blog ganadero	Generar contenido para los medios virtuales con los que cuenta la empresa	Entrevista Ricardo Botero	Artículo	

6.2.4 Actividad 2.4: Apoyo en la realización de piezas mediáticas o publicitarias

	
Artículos del blog ganadero	Artículos del blog ganadero

FECHA DE ACTIVIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TEMA	PRODUCTO	OBSERVACIONES
26 de Abril	Redacción texto de tres cuñas radiales	Realizar piezas radiales para la divulgación de los productos y servicios de la empresa	Pre - Producción contenido radial	Texto Cuña	
	Grabación voz de las cuñas radiales	Realizar piezas radiales para la divulgación de los productos y servicios de la empresa	Producción de contenido radial	Voz Cuña	
	Edición final cuñas radiales	Realizar piezas radiales para la divulgación de los productos y servicios de la empresa	Post - Producción contenido radial	Cuña radial	
10 de Mayo	Elaboración Copy para tarjeta del día del médico veterinario a las facultades	Enviar piezas publicitarias con motivo de las fechas especiales	Día del veterinario	Pieza publicitaria	El diseño de la pieza fue elaborada por el diseñador gráfico del departamento , en mi caso compartí la idea y el copy.
22 de Junio	Elaboración Copy para pieza gráfica día del zootecnista	Elaborar piezas publicitarias con motivo de las fechas especiales	Día del veterinario	Pieza publicitaria	El diseño de la pieza fue elaborada por el diseñador gráfico del departamento , en mi caso

					compartí la idea y el copy.
8 de Agosto	Elaboración Copy para pieza gráfica de la videoconferencia a Los cruces y su eficiencia en el Magdalena Medio	Elaborar piezas publicitarias para promocionar eventos de la empresa.	Videoconferencia	Pieza publicitaria	

6.3 Objetivo específico N.3 Establecer contacto con los públicos de interés de la organización, mediante los canales de información y comunicación existentes.

6.3.1 Actividad 3.1: Elaboración de una base de datos con información de los públicos de interés de la organización.

FECHA DE ACTIVIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TEMA	PRODUCTO	OBSERVACIONES
1 de Abril	Elaboración base de datos directores de facultades de Medicina Veterinaria y Agropecuaria	Recopilar los datos de los directores de facultades de medicina veterinaria y agropecuaria	Base de datos	Base de datos	
10 de Mayo	Creación base de datos clientes potenciales oriente colombiano	Recopilar información de los clientes potenciales de esta zona del país	Base de datos	Base de datos	El departamento de ventas suministró la mayor parte de la información.

6.3.2 Actividad 3.2: Ofrecer respuesta rápida a las sugerencias y preguntas enviadas en las redes sociales.

La evidencia de este punto se encuentra al final del documento en la parte de anexos.

6.3.3 Actividad 3.3: Establecer el correo electrónico como un medio para intercambio de información de las actividades de la empresa.

FECHA DE ACTIVIDAD	ACTIVIDAD	OBJETIVO	TEMA	PRODUCTO	OBSERVACIONES
1 de Abril	Envío de correo electrónico a los directores de facultad	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la empresa	Contacto universidades	Correos electrónicos	Se enviaron los correos
3 de Abril	Envío de correo a las facultades promoviendo las videoconferencias	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la empresa	Contacto universidades	Correos electrónicos	
30 de Abril	Envío del video a Funcionario del ICA	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la empresa	Envío de video	Correos electrónicos	
6 de Mayo	Envío de correos electrónicos a facultades de Bucaramanga y Bogotá, promocionando videoconferencia mes de mayo.	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la empresa	Contacto universidades	Correos electrónicos	

10 de Mayo	Envío correo con tarjeta del día del médico veterinario a las facultades	Enviar piezas publicitarias con motivo de las fechas especiales	Día del veterinario	Pieza publicitaria	El diseño de la pieza fue elaborada por el diseñador gráfico del departamento, en mi caso compartí la idea y el copy.
29 de Mayo	Envío correo resumen Agroferia 2013 a directora de feria especializadas de Cenfer	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la empresa	Correos base de datos	Correos electrónicos	
	Envío correo de últimos videos a la base de datos de las universidades	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la empresa	Correos base de datos	Correos electrónicos	
31 de Mayo	Envío de correo electrónico a funcionario de Coregan - Pto Berrío	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la empresa	Correos base de datos	Correos electrónicos	
13 de Junio	Envío correo a base de datos último artículo Ica del blog ganadero	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la empresa	Correos base de datos	Correo electrónico	
17 de Junio	Envío correo decano de facultad de Unisarc sobre evento La grasa sobrepasante y su influencia en la	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la	Contacto universidades	Correos electrónicos	Se confirmó por parte de los funcionarios de esta universidad el recibido de la

	fertilidad animal	empresa			invitación.
20 de Junio	Envío correo facultad Unisarc, charla en Pereira.	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la empresa	Contacto universidades	Correo electrónico	
22 de Junio	Envío correo a facultades en el día del zootecnista	Enviar piezas publicitarias con motivo de las fechas especiales	Día del veterinario	Pieza publicitaria	El diseño de la pieza fue elaborada por el diseñador gráfico del departamento, en mi caso compartí la idea y el copy.
24 de Junio	Envío de correo de últimos programas de Tv a la base de datos	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la empresa	Correos base de datos	Correo electrónico	
6 de Agosto	Envío de correo de últimos programas de Tv a cada persona que dio su testimonio en Agroexpo 2013	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la empresa	Contactos de Agroexpo 2013	Correo electrónico	
8 de Agosto	Envío de correo de últimos programas de Tv a cada persona que dio su testimonio en Agroexpo 2013	Informar a los grupos de interés sobre las actividades realizadas por la empresa	Contacto de Agroexpo 2013	Correo electrónico	

7 CONCLUSIONES

En cumplimiento de los objetivos propuestos durante los seis meses de pasantía en Indagro S.A se puede decir que fue una excelente experiencia, pues se convirtió en un reto, porque la organización no contaba con un profesional cuyos estudios fueran en comunicación social, era la primera vez que se contrata a una persona con este perfil, entonces tocaba proponer, argumentar, arriesgarse y demostrar la importancia de este.

La organización brindó todas las herramientas para el ejercicio laboral, no se tuvo ninguna barrera o impedimentos para realizar las tareas, se abordaron temas relacionados con la ganadería, para esto se hizo trabajo de campo, en diferentes departamentos como Santander, Cundinamarca, Cesar y Bolívar donde se visitó diferentes empresas ganaderas y fincas recogiendo testimonios de quienes usan los productos de la empresa, también hubo acercamientos con universidades para conocer sus investigaciones, ofrecer charlas gratuitas y asistió a eventos como Agroferia y Agroexpo donde se hicieron entrevistas, toma de fotografías y se tuvo un contacto e interacción de opiniones de los clientes.

Todo lo anterior, iba encaminado hacía la ejecución de acciones comunicativas dirigidas a los públicos externos, se direccionó toda la comunicación al exterior de la organización, esto con el fin de buscar el posicionamiento de la marca, su imagen, la reputación, entre otros elementos claves para el buen nombre de Indagro S.A. era satisfactorio cuando las personas expresaban su punto de vista por un contenido emitido por la empresa, frente al trabajo de asesoramiento y capacitación a gremios de ganaderos, por una respuesta dada a tiempo sea por correo o por las redes sociales.

de igual forma, gracias a las relaciones públicas se concretaron relaciones con las universidades de los departamentos de Santander, Cundinamarca y Risaralda, así como a diferentes empresas ganaderas del país, esto logrando vínculos con la academia y el sector productivo. La generación de contenido mediático tuvo gran aceptación, eso se refleja en los comentarios y el número de visitas, el blog ganadero ha alcanzado más de 1000 diarias y el canal de televisión 600. Finalmente, Se estableció contacto permanente con los públicos de interés de Indagro S.A mediante los medios de información y comunicación existentes en la empresa, como el correo electrónico, donde se enviaba información importante acompañada de fotos, textos claros sobre eventos a realizarse, ó la divulgación del último programa de Ganasal TV. También en el chat de Facebook se pudo dar respuestas a las preguntas formuladas allí.

8 RECOMENDACIONES

Dentro de Indagro S.A se encontró que la organización tenía un buen ejercicio de las comunicaciones externas, como el uso de un blog ganadero, canal de YouTube, el manejo de las redes sociales entre otros espacios para informar y comunicar a sus públicos externos y de interés.

Sin embargo, es necesario que para el desarrollo de las actividades se tenga en cuenta la planeación, esto para tener mayor efectividad en las tareas, para no permitir la improvisación, así mismo, que se pueda medir si lo planteado se cumplió, sería conveniente cada seis meses tener un informe del desempeño del departamento de Marketing y Comunicaciones de la empresa para así reconocer fortalezas y debilidades.

Si bien es una empresa relacionada con las labores del sector ganadero y pecuario, es importante capacitar al personal de esta dependencia, pues su formación profesional estudio va ligado a otro campo, por eso el adquirir conocimientos en temas de nutrición, minerales, forrajes contribuirán en el desarrollo de contenido. De igual manera, es importante no ver el departamento como un puesto que deba cumplir un horario laboral, pues las funciones ameritan tener un trabajo de campo, de visitas, recoger entrevistas, tomar fotografías, esos trabajos que ayudan a enriquecer los medios existentes en la empresa.

9 BIBLIOGRAFÍA

CENTRO DE INVESTIGACIONES DE LA COMUNICACIÓN CORPORATIVA ORGANIZACIONAL. Comunicación Empresarial, Plan estratégico como herramienta gerencial, Bogotá, D.C, ECOE Ediciones, U. Sábana, 2008.

Cess B.M Van Riel, Comunicación Corporativa, Editorial Prentice Hall, 1997 Madrid.

FEDEGRAN, Estadísticas [En línea]
[http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/PORTAL/ESTADISTICAS1/CIFRAS%20DE%20REFERENCIA/1-%20SECTOR%20GANADERO%20CIFRAS%20REFERENCIA%20\(SEPTIEMBRE_2012\).PDF](http://portal.fedegan.org.co/pls/portal/docs/PAGE/PORTAL/ESTADISTICAS1/CIFRAS%20DE%20REFERENCIA/1-%20SECTOR%20GANADERO%20CIFRAS%20REFERENCIA%20(SEPTIEMBRE_2012).PDF) (Consultado 10 de Junio de 2013)

GANASAL. Nosotros [En línea]. <http://www.ganasal.com/nosotros/> (consultado 12 abril de 2013.)

ICONTEC INTERNATIONAL. EL COMPENDIO DE TESIS Y OTROS TRABAJOS DE GRADO. {En línea}. {Consultado junio 2013}. Disponible en: <http://colombia.brianur.info/normas-icontec/>

REINARES, Pedro. PONZOA, José. Marketing Relacional, un nuevo enfoque para la seducción y fidelización del cliente. 2da edición, Prentice Hall Financial Times, 2006, Madrid.

RODRÍGUEZ, Darío. OPAZO, María del Pilar. Comunicación de la Organización, Ediciones Universidad Católica de Chile, 2009, México D.F.

ANEXOS

Actividad. 1.1 Hacer presencia en las actividades académicas de las facultades y las ferias más importantes del país

A. 1.2 Apoyo logístico en las ferias donde participa Indagro S.A



Actividad. 1.4 Acompañar a los asesores técnicos comerciales en las asistencias técnicas con miras de grabar en las fincas o haciendas declaraciones de ganaderos para publicarlas en Ganasal TV.



Actividad. 2.1 Diagnosticar el formato utilizado en Ganasal TV con la intención de fortalecer su contenido

Diagnóstico de los trabajos audiovisuales

Realizado por: Leonardo Suárez Suárez ‘

Entregado: 19 de enero de 2013

Para: Indagro S.A

Productos audiovisuales:

- Nota técnica – visita
- Resumen feria
- Video conferencia
- Testimonio – entrevista

NOTA TÉCNICA – VISITA

MINUTO	OBSERVACIONES	IMÁGENES
00:00 – 1:18	El cabezote es llamativo y va de acorde a la dinámica de la empresa, sin embargo, se debe trabajar en las imágenes de los sitios a visitar, en este caso se hacía alusión a Medellín, pero no se mostró nada representativo de esta ciudad.	 <p data-bbox="857 1703 1403 1745">Ganasal TV - Visita Técnica Finca Sampues - San Pedro de los Milagros, Antioquia</p>

	<p>El banner es llamativo y contiene la información importante</p>	
<p>1:19</p>	<p>Me ubica en el lugar</p> <p>Se recatan las imágenes los planos y la música, pero se debe entrar con una presentación sobre el sitio o finca a visitar</p>	

		 
2:10	<p>Se hace la transición de locación y se entra a habla de otro tema en este caso del proceso de sistematización (sala de ordeño)</p> <p>Pero esta transición puede llegar a ser confusa, debe existir una comunicación entrevistado y entrevistador donde se indique el lugar a visitar.</p>	

	<p>Se maneja para el entrevistador un mismo plano, se debe varios en los planos.</p> <p>Las imágenes de apoyo son buenas y sirven para la explicación del proceso que habla el entrevistado.</p>	
<p>3:46</p>	<p>Se dirigen al lote de baja producción</p> <p>La musicalización e imágenes de apoyo le dan dinamismo a la nota</p>	 

	<p>Se hace una transición que puede confundir al televidente por ser muy rápida, las imágenes de apoyo ayudan a la explicación del tema.</p>	
<p>5:59</p>	<p>Se hace una transición al lote de alta producción</p> <p>El entrevistado empieza a hablar de Ganasal de su experiencia con los productos de una forma espontánea y argumentada.</p>	
<p>7:27</p>	<p>Para finalizar se puede hacer una despedida por parte del presentador, indicando los medios de información que tiene la empresa, invitándolos a escribir al correo electrónico y a ver el siguiente informe.</p>	

RESUMEN FERIA

MINUTO	OBSERVACIONES	IMÁGENES
00:00	Hay buenas imágenes, se tiene variedad en los planos, como general, medio, primer plano y plan detalle	 <p style="text-align: center;">Ganasal TV - Resumen Feria Malocas 2013</p> 
2:29	Las imágenes y la música permite la ubicación en el sitio	

3:28	Pero debe existir un hilo de información, que sea acompañado de datos y locución. Porque siete minutos de sólo imágenes y música puede llegar a ser tedioso.	
------	--	--

TESTIMONIO – ENTREVISTA

MINUTO	OBSERVACIONES	IMÁGENES
00:00 – 1:09	Las imágenes y la música ubican a quien ve el video en los llanos, hay buenas imágenes de apoyo.	 <p data-bbox="847 1201 1432 1234">Ganasal TV - Testimonio Roberto Cadena - Gerente Rancho Acajure - Feria Malocas 2013</p> 

		
1:10	<p>El formato de entrevista está bien hecho y no es acartonado, es interesante mostrar el testimonio de una persona que consume los productos de GANASAL</p> <p>Se podría variar en ocasiones donde salga un entrevistador, pero en general las entrevistas están bien hechas.</p>	
2:23	<p>Las imágenes de apoyo al entrevistado le dan dinamismo a la nota.</p> <p>Se puede utilizar un pantallazo con una pregunta</p>	

VIDEO CONFERENCIA

MINUTO	OBSERVACIONES	IMÁGENES
00:00	<p>Al comienzo de la video conferencia sería bueno entrar describiendo al personaje quien va hablar.</p> <p>Por parte del presentador invitar a las personas a enviar sus preguntas</p> <p>Con semanas de anticipación a cada video conferencia mandar correos con una pieza publicitaria anunciando el tema a tratar.</p> <p>Para una mejor calidad de la imagen sería bueno utilizar luces para permitir mas claridad.</p>	 <p>Video Conferencia Importancia de la Levadura Viva</p>  <p>Blog: www.SalesGanasal.com Artículos, Fotografías, Videos y todo lo relacionado con la Ganadería y la Nutrición Animal</p>
13:14	<p>Durante la video conferencia dar agradecimiento si la ocasión lo amerita, mandar saludos.</p>	 <p>Digestión Ruminal</p> <pre> graph TD Celulosa --> Glucosa Celulosa --> Almidones Glucosa --> Acido Piruvico Almidones --> Acido Piruvico Acido Piruvico --> Acido Propionico Acido Piruvico --> Acido Acetico Acido Piruvico --> CO2_y_Metano["CO2 y Metano (Desecho)"] Acido Piruvico --> Acido Acetico Acido Piruvico --> Acido Butirico </pre>

33:18	Se resalta las gráficas y la información suministrada por el conferencista	 <p>Sales Mineralizadas GANASAL Profesionales en Nutrición Animal</p> <p>Video Conferencia</p> <p>Población Bacteriana Según Tipo de Levadura</p> <p>Bacterias Celulolíticas, número más provável. mL⁻¹ *</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Tipo de Levadura</th> <th>Bacterias Celulolíticas (número más provável. mL⁻¹ *)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Levadura Inactiva</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>Levadura Activa</td> <td>10</td> </tr> </tbody> </table>	Tipo de Levadura	Bacterias Celulolíticas (número más provável. mL ⁻¹ *)	Levadura Inactiva	8	Levadura Activa	10
Tipo de Levadura	Bacterias Celulolíticas (número más provável. mL ⁻¹ *)							
Levadura Inactiva	8							
Levadura Activa	10							

Actividad. 2.2 Realización de las fases de pre, pro y postproducción de Ganasal TV

- Texto que se adjunta junto con los videos en Youtube y Ganasal TV

Ganasal TV - Visita Técnica Hacienda Villa Icha (Valledupar, Cesar)

En esta oportunidad nos trasladamos hasta la Hacienda Villa Icha, en Valledupar para describir el proceso del Doble Ordeño sin Ternero, una iniciativa para el desarrollo de nuevas herramientas para la explotación y ganancia de leche en la costa caribe colombiana.

Ganasal apoya este procedimiento brindando la mejor gama de sales mineralizadas y asesoría para las dietas de los terneros que ingresan a este programa. En este video encontrarás una descripción detallada del proceso.

Resumen 1 - Correría por el departamento del Cesar

El río Guatapurí sirvió de escenario para la grabación del primer resumen de Ganasal TV, se aprovechó este lugar insignia del departamento del Cesar, primero para resaltar la tradición musical de esta región y segundo como preámbulo para mostrar las haciendas Villa Icha y La Fe.

En esta visita cada uno de los administradores generales de las haciendas, nos enseñaron todo acerca de su producción ganadera, los proyectos que adelantan, los beneficios que han tenidos con los productos que ofrece Indagro S.A. entre otros aspectos.

Igualmente, espero un último resumen desde la capital mundial del vallenato.

Si tienes preguntas no dudes escribirlas a servicioalcliente@ganasal.com o ingresando a nuestros diferentes herramientas de comunicación en la internet como:



Foto N.5 Durante la grabación de las videoconferencias se atienden las preguntas por las redes sociales de las personas que están conectadas.



Foto N.6 Se debe presentar al conferencista, dar las pautas para el desarrollo de la videoconferencia y al final dar respuesta a las preguntas formuladas por los por parte del conferencista.

← → ↻ 🏠 📄 www.ganasaltv.com/ganasal-tv-promocional-nueva-temporada-travesias-cesar-2013/

GANASAL TV

Año de Publicación Video Conferencias Visitas Técnicas Memorias Ferias y Eventos Testimonios Entrevistas Prensa

Ganasal TV – Promocional Nueva Temporada – Travesías Cesar 2013 LIKE? SHARE

Search...

Ganasal Media

419 VIEWS 1 COMMENTS 0 LIKES

CATEGORÍAS

- + Charlas Técnicas
- + Entrevistas
- + Feria Malocas 2013
- + Grabados 2010
- + Grabados 2011
- + Grabados 2012
- + Grabados 2013
- + Memorias Ferias y
- + Promo Ganasal
- + Sin categoría

Added by joelabonia on 2013-03-12

📄 📧 📌 + 4

← → ↻ 🏠 www.ganasaltv.com/ganasal-tv-visita-tecnica-hacienda-la-esperanza-san-vicente-del-caguan-caquetá/ ☆ ☰

GANASAL TV

Año de Publicación Video Conferencias Visitas Técnicas Memorias Ferias y Eventos Testimonios Entrevistas Prensa

Ganasal TV – Visita Técnica Hacienda La Esperanza (San Vicente del Caguan, Caquetá) ❤️ LIKE? ➦ SHARE

Search...

Ganasal Media

101 VIEWS 4 COMMENTS 0 LIKES

CATEGORÍAS

- + Charlas Técnicas
- + Entrevistas
- + Feria Malocas 2013
- + Grabados 2010
- + Grabados 2011
- + Grabados 2012
- + Grabados 2013
- + Memorias Ferias y

Added by Leonardo Suárez on 2013-07-04

📌 📱 📧 📌 ?

← → ↻ 🏠 www.ganasaltv.com/ganasal-tv-invitation-agroexpo-2013-fernando-silva-gerente-comercial-indagro-sa/ ☆ ☰

Año de Publicación Video Conferencias Visitas Técnicas Memorias Ferias y Eventos Testimonios Entrevistas Prensa

Ganasal TV – Invitación AgroExpo 2013 – Fernando Silva, Gerente Comercial Indagro SA ❤️ LIKE? ➦ SHARE

Search...

Ganasal Media

162 VIEWS 4 COMMENTS 0 LIKES

CATEGORÍAS

- + Charlas Técnicas
- + Entrevistas
- + Feria Malocas 2013
- + Grabados 2010
- + Grabados 2011
- + Grabados 2012
- + Grabados 2013
- + Memorias Ferias y
- + Promo Ganasal
- + Sin categoria
- + Testimonios
- + Video Conferencias
- + Visitas Técnicas

Added by Leonardo Suárez on 2013-07-18

📌 📱 📧 📌 ? 2

En esta oportunidad todo el equipo humano de Indagro S.A – Ganasal se encuentra en AgroExpo 2013, con el ánimo de mostrar y grabados sobre el uso de estas maquinarias y equipos.

SHOW MORE

Adobe Premiere Cs 6 se utiliza para la edición de los videos que demanda la organización y en especial para los programas de Ganasal TV.

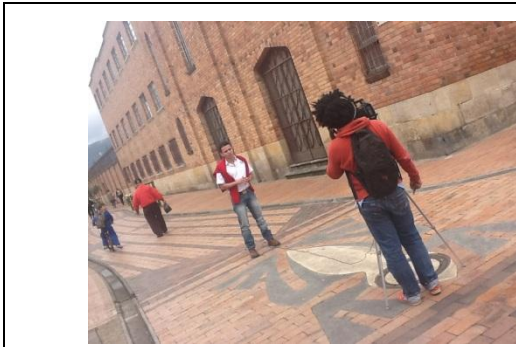


Foto N. 7 Grabación video correría por el departamento de Cundinamarca



Foto N. 8 Grabación a Jorge García, Premio Nacional a la Ganadería Sostenible 2011, Fedegan

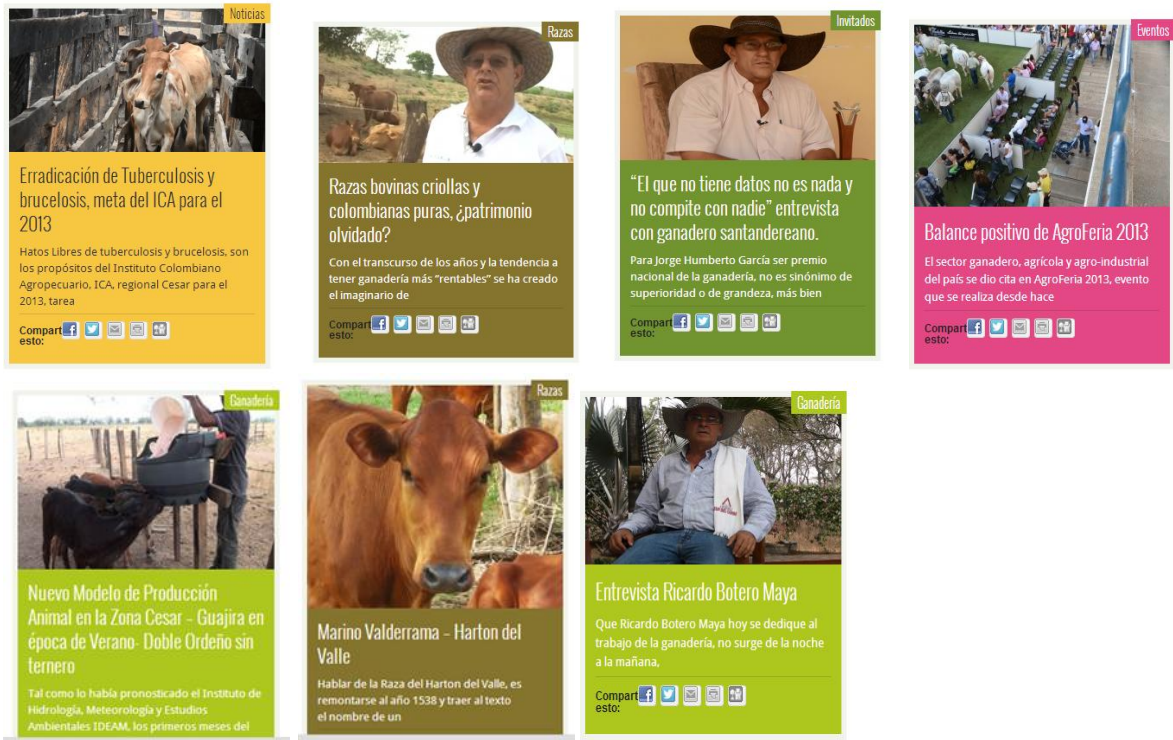


Foto N. 9 Grabación Escuela Caballar Mancilla de Cundinamarca



Foto N. 10 Grabación en Chía, Cundinamarca

Actividad. 2.3 Generar contenido mediático para publicar en el blog ganadero existente en la organización



Siete son el total de los artículos redactados para el blog ganadero los cuales se pueden encontrar en www.salesganasal.com

Actividad. 2.4 Apoyo en la realización de piezas mediáticas o publicitarias



Actividad. 3.1 Elaboración de una Base de datos con información de los públicos de interés de la organización.

Nombre	Universidad	Facultad	Correo	Teléfono	Celular
Leonardo Hernández	Sena – Piedecuesta	Agropecuaria	lhernandezs@sena.edu.co	6561718 ext. 73200 - 202	
Fernando Acebedo Serrano	Udes	MVZ	facebedo@udes.edu.co	6516500 ext. 258 - 142	312 5849035
Cesar Serrano	UCC	MVZ	Cesar.serrano@ucc.edu.co	6356624	316 753 3479
Miguel Antonio Albarracín Balaguera		MVZ	Miguel.albarracin@ucc.edu.co	6355524	317 878 7817
Ernesto Olave Ariza	Usta	Adm. Agro	dagro@mail.ustabuca.edu.co decano.ustagri@gmail.com	6800801 ext. 1350 - 1351	
	UIS				
	Unad	Zootecnia Gest. Agro		6358577 ext. 308	
	Unipaz				
BOGOTÁ - CUNDINAMARCA					
Leonardo Roa	Universidad de Ciencias Aplicadas y Ambientales U.D.C.A	MVZ	mvz@udca.edu.co		
	Universidad Antonio Nariño Carrera 3 este No. 47 A - 15	MVZ	80	338 4960 Ext. 133	

	Universidad Nacional de Colombia Carrera 45 No 26-85 - Edificio Uriel Gutierréz	MVZ	decanat_fmzbog@unal.edu.co rev_fmzbog@unal.edu.co faculta_fmzbog@unal.edu.co	316500 0 ext. 15317	
Fernando Nassar Montoya	Fundación Universitaria San Martín Cra. 19 No. 80 - 63 Torre 2. Piso 3			691337 1 622304 0	
Ana Lucía Suárez	FUSM	NUTRICION	ana.suarez@sanmartin.edu.co		
Juan Sebastián Gutierrez	FUSM	COMUNICACIÓN SOCIAL	juan.gutierrez@sanmartin.edu.co		
	Universidad de la Salle Cra. 7 172-85	MV	medicinaveterinaria@lasalle.edu.co	677 26 99 Ext. 23	
	Pontificia Universidad Javeriana Carrera 7 No. 43 - 82	Microbiología Agrícola y Veterinaria	carrera.microbiologia@javeriana.edu.co	320832 0 Ext: 4123	

Actividad. 3.2 Ofrecer respuesta rápida a las sugerencias y preguntas enviadas en las redes sociales.



Admon Ganasal
[CAPACITACIÓN] Si estás en PEREIRA ó en el EJE CAFETERO esta información es de TÚ INTERÉS, te invitamos a participar de la charla <La Grasa Sobrepasante y Su Influencia Sobre La Fertilidad Animal> a realizarse el 22 de junio desde las ocho de la mañana en la Cámara de Comercio de la capital de Risaralda. NO TIENE NINGÚN COSTO.
Ya no me gusta · Comentar · Dejar de seguir la publicación · Compartir · Editar · Promocionar · 31 de mayo

A ti, Gonzalo Jimenez Rubiano, Daniel Candamil Llano, Luis Carlos Zuluaga C y 9 personas más les gusta esto.

2 compartidos

Mauro Londoño Allí estaré!
31 de mayo a la(s) 10:35 · Ya no me gusta · 1

Admon Ganasal Te esperamos Mauro Londoño recuerda compartir la información.
31 de mayo a la(s) 10:57 · Editado · Me gusta · 1

Juan Esteban Holonzaga muy interesante cuando la hacen en bogota
31 de mayo a la(s) 11:54 · Ya no me gusta · 1

Luis Alberto Murillo Quintero Gracias GANASAL hay estaremos y que no sea la ultima , tienen demasiada experiencias propias para difundirlas
El Sábado a la(s) 18:20 · Ya no me gusta · 1

Quiterio Baez Lizarazo saludo señores ganasal cuando la realizan en bogota.
El domingo a la(s) 20:23 · Ya no me gusta · 1

Admon Ganasal Por ahora solo tenemos programada la capacitación en Pereira, cuando tengamos en Bogotá con gusto le informamos.
Hace 3 minutos · Editado · Me gusta

Daniel Candamil Llano También los estamos esperando en Tuluá Valle, con una de sus excelentes charlas ...
Hace 2 minutos a través de celular · Ya no me gusta · 1

Escribe un comentario...

Edgar Ferney Mesa Caro

+ Mensaje nuevo * Acciones Q

Inicio de la conversación 27 de mayo



Edgar Ferney Mesa Caro

18:40

Buenas noches, un favor... me pudrían dar el numero telefonico del representante de ventas de la zona oriental. más especificamente de la ciudad de Yopal Casnare. Gracias

28 de mayo



Admon Ganasal

09:11

Buenos Dias con gusto contamos con representante Tecnico comercial en la zona, la Dra. Nelida Omaira gomez 3123291554.

29 de mayo



Edgar Ferney Mesa Caro

06:52

Muchas Gracias

Enviado desde el celular

Escribe una respuesta...



Agregar archivos



Agregar fotos

Presiona "Enter" ...



Responder

Dayanna Saenz Perez

+ Mensaje nuevo * Acciones Q



Dayanna Saenz Perez

14:27

Hola

Buenas tardes un favor es que tengo varios ganaderos que quieren adquirir la sal en boyaca por tanto

Me es de suma importancia obtener el num tel del representante de esta zona

Ya que tenia el num telefonico pero al formatear el cel perdi mis contactos muchas gracias



Admon Ganasal

14:31

eeee

es

3138521527

Vicente Calderon

Boyaca



Dayanna Saenz Perez

14:31

Muchas gracias feliz tarde

Escribe una respuesta...



Agregar archivos



Agregar fotos

Presiona "Enter" ...



Responder

Alex Gabriel Soto Pinto

+ Mensaje nuevo * Acciones 🔍

Inicio de la conversación 22 de mayo

-  **Admon Ganasal** 08:56
Estamos a 10 minutos de iniciar la Video Conferencia "La Energía y su Uso en la Reproducción Bovina" dada por el Dr. Luis Luis Cuadros Moreno www.ganasaltv.com/live
-  **Alex Gabriel Soto Pinto** 08:57
será posible grabar esta videoconferencia?, tengo un compromiso dentro de media hora y salgo dentro de un rato
-  **Admon Ganasal** 08:59
a las 3:00 pm se volverá a transmitir
-  **Alex Gabriel Soto Pinto** 08:59
ok, gracias

Escribe una respuesta...



Agregar archivos








Agregar fotos

Presiona "Enter" ...

Responder

Carlos Andres Gonzalez Cuello

+ Mensaje nuevo * Acciones 🔍

-  **Carlos Andres Gonzalez Cuello** 08:13
Ese si me gustaría conocerlo
-  **Admon Ganasal** 08:14
Me puedes regalar tus datos y te envio toda la informacion necesaria
-  **Carlos Andres Gonzalez Cuello** 08:15
Gonzalezcuello1978@hotmail.com
-  **Admon Ganasal** 08:17
Ok con mucho gusto le envio a su correo la informacion
-  **Carlos Andres Gonzalez Cuello** 08:17
Ok Muchas gracias

Escribe una respuesta...



Agregar archivos



Agregar fotos

Presiona "Enter" ...

Responder

A. 3.3 Establecer el correo electrónico como un medio para intercambio de información de las actividades de la empresa.

Indagro S.A tiene el gusto de invitarla



Bucaramanga 17 junio 2013

Doctora
ALBA NIDIA RESTREPO J.
FACULTAD DE CIENCIAS AGROPECUARIAS (ZOOTECNIA)
CORPORACIÓN UNIVERSITARIA SANTA ROSA DE CABAL - UNISARC
PEREIRA

Para la empresa es importante tener contacto permanente con los centros de educación superior donde forman a los futuros profesionales, en este caso aun más con ustedes que tienen la experiencia y el compromiso con la zootecnia en la región.

Este sábado se estará llevando desde las 8 am en la Cámara de Comercio de Pereira un espacio de formación en el tema de nutrición denominada <La grasa sobrepasante y su influencia en la fertilidad animal> se tendrá como expositor a YESID MONTES OSPINA, del Dpto. Técnico de Indagro S.A.

El evento no tiene ningún costo y se hará en el marco de la celebración del día del ZOOTENISTA.

Sería de gran utilidad contar con ustedes para compartir conocimientos, llegar a reflexiones y debatir sobre este y otras temáticas que se puedan presentar en el transcurso de la actividad.

Quedo atento a cualquier inquietud.

Cordialmente,

LEONARDO SUÁREZ SUÁREZ

DPTO. MARKETING Y COMUNICACIONES

INDAGRO S.A

3017972492

>Canales **GANASAL**

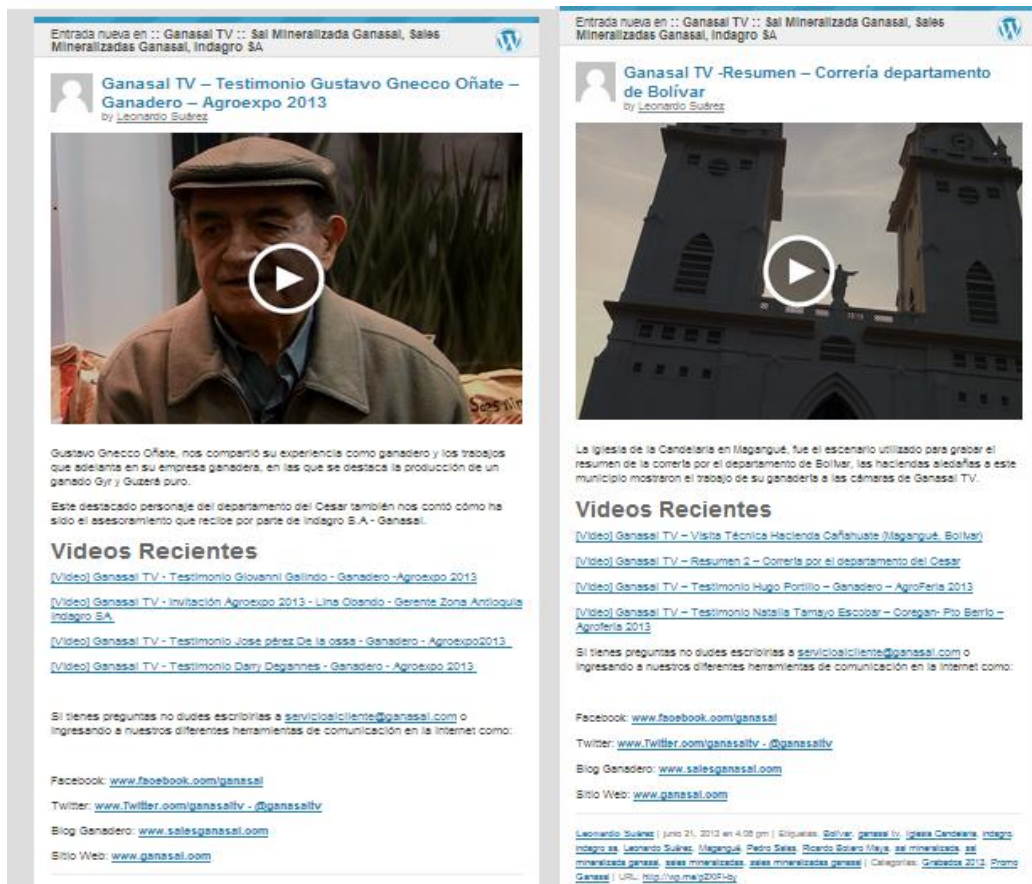
 Facebook.com/**GANASAL**

 Youtube.com/**GANASAL**

 Sales**GANASAL**.com


 Twitter.com/**GANASAL**

Ejemplo del boletín que se envía cuando se publica un nuevo video.



Entrada nueva en :: Ganasal TV :: Sal Mineralizada Ganasal, Sales Mineralizadas Ganasal, Indagro SA

Ganasal TV – Testimonio Gustavo Gnecco Oñate – Ganadero – Agroexpo 2013
by [Leonardo Suárez](#)



Gustavo Gnecco Oñate, nos compartió su experiencia como ganadero y los trabajos que adelanta en su empresa ganadera, en las que se destaca la producción de un ganado Gyr y Guzerá puro.

Este destacado personaje del departamento del Cesar también nos contó cómo ha sido el asesoramiento que recibe por parte de Indagro S.A - Ganasal.

Videos Recientes


- [\[Video\] Ganasal TV - Testimonio Giovanni Gallindo - Ganadero - Agroexpo 2013](#)
- [\[Video\] Ganasal TV - Invitación Agroexpo 2013 - Lina Ojando - Gerente Zona Antioquia Indagro SA](#)
- [\[Video\] Ganasal TV - Testimonio Jose Pérez De la Ossa - Ganadero - Agroexpo2013](#)
- [\[Video\] Ganasal TV - Testimonio Darry Degannes - Ganadero - Agroexpo 2013](#)

Si tienes preguntas no dudes escribirnos a servicioalcliente@ganasal.com o ingresando a nuestros diferentes herramientas de comunicación en la internet como:

Facebook: www.facebook.com/ganasal
Twitter: [@ganasaltv](http://www.twitter.com/ganasaltv)
Blog Ganadero: www.salesganasal.com
Sitio Web: www.ganasal.com

Entrada nueva en :: Ganasal TV :: Sal Mineralizada Ganasal, Sales Mineralizadas Ganasal, Indagro SA

Ganasal TV -Resumen – Correría departamento de Bolívar
by [Leonardo Suárez](#)



La iglesia de la Candelaria en Magangué, fue el escenario utilizado para grabar el resumen de la correría por el departamento de Bolívar, las haciendas aledañas a este municipio mostraron el trabajo de su ganadero a las cámaras de Ganasal TV.

Videos Recientes

- [\[Video\] Ganasal TV - Visita Técnica Hacienda Calfahuate \(Magangué, Bolívar\)](#)
- [\[Video\] Ganasal TV - Resumen 2 – Correría por el departamento del Cesar](#)
- [\[Video\] Ganasal TV - Testimonio Hugo Portillo – Ganadero – AgroFeria 2013](#)
- [\[Video\] Ganasal TV - Testimonio Natalia Tamayo Escobar – Correría- Pto. Berlo – Agroferia 2013](#)

Si tienes preguntas no dudes escribirnos a servicioalcliente@ganasal.com o ingresando a nuestros diferentes herramientas de comunicación en la internet como:

Facebook: www.facebook.com/ganasal
Twitter: [@ganasaltv](http://www.twitter.com/ganasaltv)
Blog Ganadero: www.salesganasal.com
Sitio Web: www.ganasal.com

Leonardo Suárez | Junio 21, 2013 en 4:05 pm | [Síguenos](#) [Bolívar](#) [ganasal tv](#) [Iglesia Candelaria](#) [Indagro](#) [Indagro SA](#) [Leonardo Suárez](#) [Magangué](#) [Pedro Siles](#) [Ricardo Solano](#) [Mayra del mineralizado](#) [Sal mineralizada](#) [Sales mineralizadas](#) [Sales mineralizadas Ganasal](#) | Categoría: [Correría 2013](#) [Promo Ganasal](#) | URL: <http://wp.me/p20050y>