

**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA DIVULGACIÓN  
DE LOS SERVICIOS DEL CENTRO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE LA  
UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA**

**YOHAXA GUERRERO GARCÍA**

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

**Abril 2010**

**DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA DIVULGACIÓN  
DE LOS SERVICIOS DEL CENTRO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE LA  
UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA**

**YOHAXA GUERRERO GARCÍA**

**Informe de Pasantía presentado como requisito final para optar al título de  
Comunicadora Social – Periodista**

**Supervisora**

**ELIANA CELIS GARCÍA**

**Comunicadora Social - Organizacional**

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

**Abril 2010**

**NOTA DE ACEPTACIÓN**

---

---

---

---

Presidente de Jurado

---

Jurado

---

Jurado

## **AGRADECIMIENTOS**

Hoy debo darle gracias a Dios, por que por su inmenso amor y misericordia he podido culminar mis estudios, pues fue él quien me alentó cuando decidí no continuar y a pesar de las dificultades me impulsó y me brindó la sabiduría necesaria para finalizar de manera exitosa mis estudios. Sin el apoyo de Dios nada sería posible en mi vida.

A mi mamá por ser una mujer luchadora, valiente que me inculcó siempre lo importante que era educarme, a mi papá por apoyarme incondicionalmente. A mi esposo, quien ha sido durante estos años un apoyo perseverante, porque me ha comprendido en los momentos más difíciles. A mi mayor tesoro mi hija, ella ha sido mi motor todo este tiempo, por ella lucho diariamente y este triunfo es para ella.

A mi hermana que es un excelente ser humano que siempre se ha preocupado por mí, para que sea una profesional exitosa, por su apoyo incondicional.

Agradezco a la Universidad Pontificia Bolivariana y a sus docentes por la formación que recibí, me hicieron una profesional integral, de esta manera me he podido desempeñar satisfactoriamente en las áreas de trabajo donde realicé mi práctica y pasantía.

A mi Jefe actual, quien me ha ayudado en la formación de nuevos conocimientos y por la confianza que depositó en mí, por otorgarme responsabilidades. De igual forma agradezco a mi asesora, pues sus observaciones fueron de gran ayuda para la culminación de este documento.

## **TABLA DE CONTENIDO**

INTRODUCCIÓN	9
1. MARCO CONTEXTUAL	11
1.1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	11
1.1.1. Reseña Histórica	11
1.1.2. Misión	12
1.1.3. Visión.	13
1.1.4. Organigrama.	14
1.1.5. Centro de Producción Audiovisual (CPA)	15
1.1.5.1. Misión.	15
1.1.5.2. Objetivo	16
1.1.5.3. Funciones	16
2. MARCO CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO	17
2.1. REFERENTE CONCEPTUAL	17
3. OBJETIVOS	22
3.1. OBJETIVO GENERAL	22
3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	22
4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS	23
4.1 DISEÑO DEL LOGO	29
4.2. PORTAFOLIO DE SERVICIOS	30
4.3. BASE DE DATOS	30
4.4. BANNER PARA LA PÁGINA WEB	30
4.5 FORMATOS PARA LA RESERVA DE EQUIPOS Y HERRAMIENTA DE PRESTAMO DE EQUIPOS	31
4.6 ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN	31
5. CONCLUSIONES	33
6. RECOMENDACIONES	35
7. PRESUPUESTO	37
BIBLIOGRAFÍA	38
ANEXOS	40

## LISTA DE ANEXOS

ANEXO A. DISEÑO DEL LOGO CPA.	40
ANEXO B. PORTAFOLIO DE SERVICIOS DIGITAL	41
ANEXO C. BASE DE DATOS	44
ANEXO D. BANNER PARA LA PÁGINA WEB	51
ANEXO E. FORMATO PARA RESERVA DE EQUIPOS	52
ANEXO F. FORMATO PARA RESERVAR EQUIPO EN LA SALA DE POSPRODUCCIÓN	53
ANEXO G. HERRAMIENTA PARA PRÉSTAMO DE EQUIPOS	54
ANEXO H. ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN.	55

## RESUMEN

### **DISEÑO DE UNA ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN PARA LA DIVULGACIÓN DE LOS SERVICIOS DEL CENTRO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

**AUTOR(ES):** Yohaxa Piedad Guerrero García

**FACULTAD:** Facultad de Comunicación Social

**SUPERVISOR (A):** Eliana Alexandra Celis García

El Centro de Producción Audiovisual (CPA), es una dependencia de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana, creada con el fin de impulsar proyectos académicos y brindar servicios audiovisuales a clientes internos y externos. Adicional a esto, cuenta con el laboratorio de medios digitales y multimedia al servicio de la comunidad estudiantil, con el fin de mejorar los procesos en la edición de trabajos académicos y la posible capacitación de otros públicos.

Después de tres años de funcionar como una dependencia de apoyo para todo tipo de eventos institucionales, se vio la necesidad de diseñar estrategias de comunicación para la divulgación de los servicios del CPA, que pueda promocionar al CPA, no sólo como una dependencia administrativa con funciones académicas, sino como una oportunidad de negocio en el mercado audiovisual de la región.

El CPA, se conformó inicialmente con la meta de ofrecer servicios audiovisuales a todas las áreas de la universidad, con el fin de obtener material audiovisual para la institución, en estos momentos se busca su expansión a otros públicos, por esta razón entre los objetivos específicos de este proyecto propuesto por la pasante, está la creación de un portafolio de servicios y la consolidación de una base de datos que permitirán ofrecer los servicios del CPA, a públicos externos, a fin de contribuir al posicionamiento de éste en la región.

**PALABRAS CLAVES:** Estrategia, divulgación, comunicaciones y portafolio de servicios

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

## ABSTRACT

**TITLE:** **DESIGN STRATEGIES FOR RELEASE OF  
COMMUNICATION SERVICES CENTER  
AUDIOVISUAL PRODUCTION OF UNIVERSIDAD  
PONTIFICIA BOLIVARIANA**

**AUTHOR (S):** Yohaxa Piedad Guerrero García

**FACULTY:** Facultad de Comunicación Social

**SUPERVISOR (A):** Eliana Alexandra Celis García

Media Production Center (CPA) is a dependence of the Faculty of Social Communications-Journalism from the Universidad Pontificia Bolivariana, created to promote academic projects and provide audiovisual services to internal and external customers. Additional to this, has the digital media lab and media serving the student community in order to improve processes of edition in academic works and possible training of other audiences.

After three years working as a support unit for all types of institutional events, became necessary to develop communication strategies for disseminating the CPA services, which may promote the CPA, not only as an administrative dependence with functions academic, but as a business opportunity in the audiovisual market in the region.

The CPA was formed initially with the goal of providing media services to all areas of the university, in order to obtain audiovisual equipment for the institution, we are currently looking to expand to other audiences, for this reason between the specific objectives of this project proposed by the intern, is the creation of a briefcase of services and consolidation of a database that will provide CPA services to external audiences, to contribute to this positioning in the region.

Keywords: Audiovisual Production Center, outreach and communications.

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO



## INTRODUCCIÓN

El Centro de Producción Audiovisual CPA, es una dependencia de la Facultad de Comunicación Social – Periodismo de la Universidad Pontificia Bolivariana creado en el año 2006, con el propósito de brindar un servicio garantizado y de alta calidad; a los diferentes clientes que solicitan sus servicios, en busca de un excelente producto audiovisual para videos institucionales o promocionales de cualquier organización.

El Centro de Producción Audiovisual ha tenido varios pasantes y practicantes dentro de las áreas que suelen tener necesidades como en la pre-producción, pos-producción y producción de productos audiovisuales. Este es el primer año que cuenta con un pasante en el área de comunicación organizacional, con el fin de mejorar los procesos desde la parte administrativa para lograr un buen manejo logístico de los procesos que se llevan en el CPA, como préstamo de equipos, envío de cotizaciones y organización de talleres. Se han venido construyendo nuevos procesos para el préstamo de equipos, para producción y posproducción de videos institucionales comerciales.

En esta ocasión, el objetivo es diseñar una estrategia de comunicación atendiendo a las necesidades del CPA, mediante la ejecución de diversas actividades para la divulgación de los servicios del CPA, y de esta forma llegar a más clientes y así promover el crecimiento del CPA. La iniciativa es poder agilizar los procesos y promocionar los servicios con otros públicos. De esta manera obtener un reconocimiento regional en el mercado de productos audiovisuales.

De ahí la importancia de este proyecto en el que se desarrollaron elementos de comunicación, tales como un portafolio de servicios, una base de datos de los

posibles clientes y la estrategia que llevarán a una mejor divulgación de los servicios del Centro de Producción Audiovisual. De esta manera, se mostrarán los productos de alta calidad y la tecnología de los equipos que se utilizan para la elaboración de dichos productos, igualmente que el profesionalismo con que se trabajan los proyectos audiovisuales que el cliente solicita.

## **1. MARCO CONTEXTUAL**

### **1.1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN**

#### **1.1.1. Reseña Histórica**

##### **UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA**

El 15 de Septiembre de 1936, se funda la Universidad Católica Bolivariana, por Decreto del señor Arzobispo de la ciudad de Medellín Monseñor Tiberio de Jesús Salazar y Herrera, siendo su primer rector Monseñor Manuel José Sierra.

La universidad inicia actividades académicas con 78 estudiantes matriculados en la Facultad de Derecho. El 16 de Agosto de 1945, Su Santidad Pío XII le otorga el título de "Pontificia" y desde entonces se conoce con el nombre de Universidad Pontificia Bolivariana.

Sus principios son inspirados en el humanismo cristiano, el magisterio de la Iglesia y los ideales del libertador Simón Bolívar son el horizonte de la sólida formación e instrucción científica, tecnológica y humana con la que se forman nuestros educandos, líderes que contribuyen al desarrollo del país. Actualmente la UPB cuenta con tres seccionales, las cuales tienen sus sedes en las ciudades de Bucaramanga, Montería y Palmira.

La Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga, nace por el interés de un grupo entusiasta de religiosos, empresarios, profesionales y educadores, en servir a la iglesia con la formación profesional de líderes cristianos, propósito

llevado a cabo con la orientación y el apoyo del entonces Arzobispo de la ciudad, Monseñor Héctor Rueda Hernández.

El grupo que imaginó esta idea y la sacó adelante estaba conformado por los Señores Luís Enrique Aramburu Bolaños, Luís Alfonso Díaz Nieto, Sergio Gamboa Sepúlveda, Álvaro García Pinzón, Hernán Porras Díaz, Jorge E. Viccini Ramírez (q.e.p.d.), Mons. Isaías Duarte Cansino (q.e.p.d.), Mons. Néstor Navarro Barrera y Mons. Darío Múnera Vélez – Rector de la Universidad Pontificia Bolivariana de Medellín.

Su funcionamiento está autorizado por el Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior, ICFES, según Acuerdo No. 083 del 12 de julio de 1990, pero es en 1991 cuando inicia labores académicas con el primer programa de pregrado que fue el de Ingeniería Electrónica. En ese momento y hasta 1998 la Rectoría estuvo bajo la dirección de Monseñor Jesús Quiroz Crispín (q.e.p.d.) quien fue sucedido por Monseñor Néstor Navarro Barrera y éste a su vez fue sucedido por Monseñor Primitivo Sierra Cano, actual Rector de la institución.

La Universidad comenzó en las instalaciones del Seminario Arquidiocesano y desde 1998 tiene su propia sede ubicada en el Km. 7 de la Autopista a Piedecuesta. Este es un proyecto arquitectónico moderno que contempla un área construida de aproximadamente 35.000 metros cuadrados que serán desarrollados en cinco etapas, de las cuales están construidas las dos primeras con un total de 9 edificios.<sup>1</sup>

**1.1.2. Misión.** La Universidad Pontificia Bolivariana tiene como misión la formación integral de las personas que la constituyen, mediante la evangelización de la

---

<sup>1</sup> Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga.: Historia de la Universidad [En Línea Disponible en <http://www.upbbga.edu.co/nuestraupb/historia.html>] (citado el 15 de Octubre de 2009)

cultura, la búsqueda constante de la verdad, en los procesos de docencia, investigación, proyección social y la reafirmación de los valores desde el humanismo cristiano, para el bien de la sociedad.<sup>2</sup>

**1.1.3. Visión.** La Universidad Pontificia Bolivariana tiene como visión, ser una institución católica de excelencia educativa en la formación integral de las personas, con liderazgo ético, científico, empresarial y social al servicio del país.”<sup>3</sup>

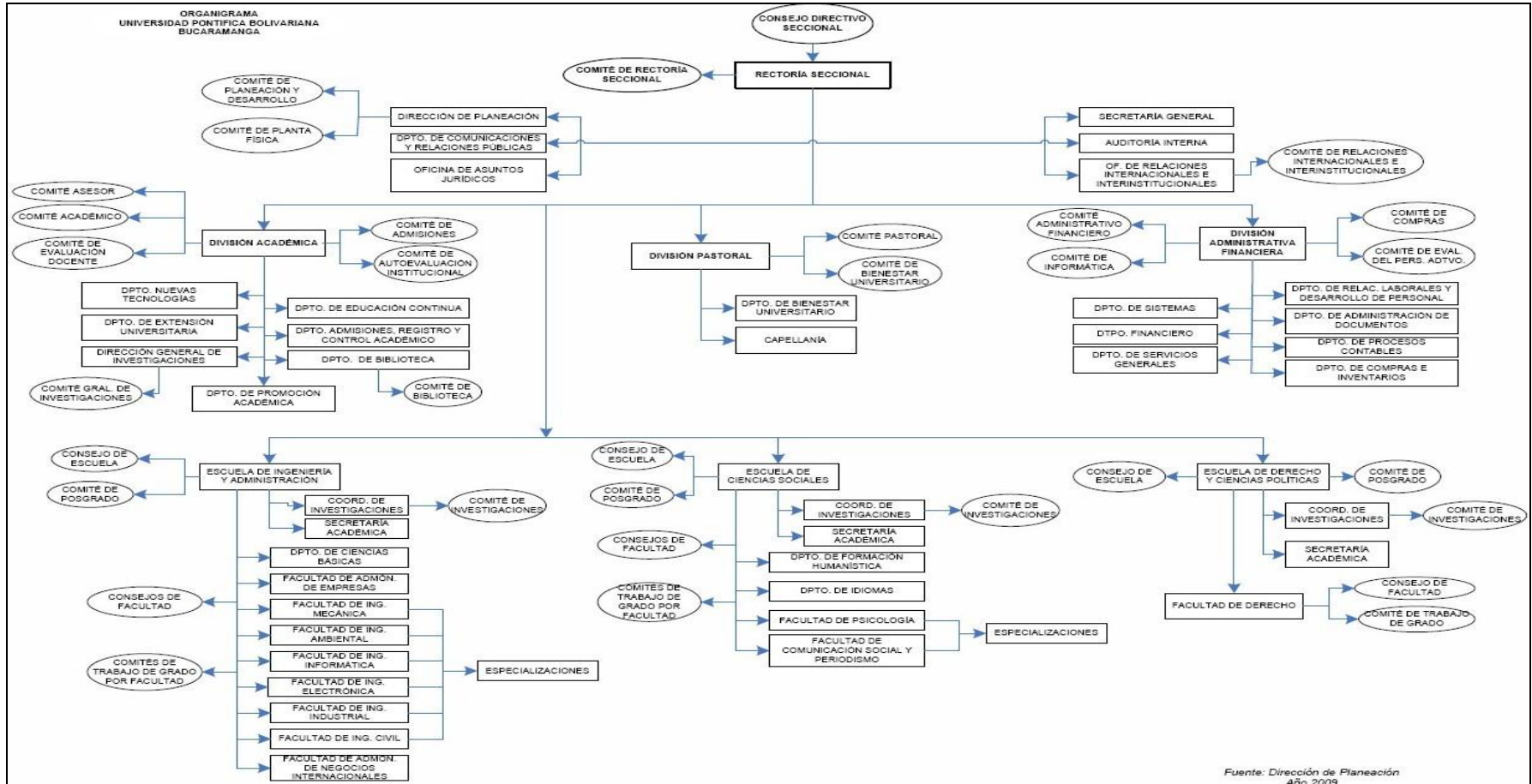
---

<sup>2</sup>Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Misión de la universidad [on line]; [http://www.upb.edu.co/portal/page?\\_pageid=1134,33176629&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://www.upb.edu.co/portal/page?_pageid=1134,33176629&_dad=portal&_schema=PORTAL) (citado el 15 de Octubre de 2009)

<sup>3</sup> Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Visión de la universidad [on line] [http://www.upb.edu.co/portal/page?\\_pageid=1134,33176633&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://www.upb.edu.co/portal/page?_pageid=1134,33176633&_dad=portal&_schema=PORTAL) (citado el 15 de Octubre)

### 1.1.4. Organigrama.

Figura 1. Organigrama Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga 2009



### **1.1.5. Centro de Producción Audiovisual (CPA)**

El Centro de Producción Audiovisual, (CPA) de la Universidad Pontificia Bolivariana, fue creado en el segundo semestre del año 2006, con el objetivo de contribuir, a través de proyectos audiovisuales, a la divulgación del desarrollo académico, promoción de la cultura y la labor social de la Universidad. Así mismo, busca desarrollar productos audiovisuales que generen espacios de reflexión en la comunidad universitaria.

El CPA ha prestado servicios a varias dependencias dentro de la universidad y en algunas ocasiones a otras organizaciones que han solicitado los servicios de productos audiovisuales, como preproducción, producción y postproducción, para piezas comerciales, videos institucionales, también realizó un programa de televisión titulado U.P.B. Noticias, informativo que alcanzó las veintidós (22) emisiones.

El Centro de Producción Audiovisual cuenta con el único laboratorio de post-producción y multimedia en Bucaramanga, que facilita los trabajos de post producción de los clientes externos e internos. Su alto nivel de tecnología ubica al CPA, como una de las dependencias más innovadoras y distinguidas dentro de otras universidades y dentro del mismo mercado audiovisual del que hace parte.

También se han venido realizando algunas notas digitales que se publicaron en la página web de la universidad y en la página de Internet [www.youtube.com](http://www.youtube.com).

**1.1.5.1. Misión.** Contribuir a través de proyectos audiovisuales a la divulgación del desarrollo académico, promoción de la cultura y labor social de la Universidad Pontificia Bolivariana. Así mismo prestar servicios audiovisuales al público externo con concepto audiovisual, creatividad y profesionalismo. <sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Misión establecida por la Facultad de Comunicación Social-Periodismo. Universidad Pontificia Bolivariana. Seccional Bucaramanga 2006.

**1.1.5.2. Objetivo.** Contribuir, a través de proyectos audiovisuales, a la divulgación del desarrollo académico, promoción de la cultura y la labor social de la Universidad.

**1.1.5.3. Funciones.** Brindar cobertura audiovisual a los actos académicos e institucionales organizados por la Universidad, con la finalidad de realizar un resumen de los mismos en vídeo, para transmisión en el circuito cerrado de televisión o como nota para los canales regionales.<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup>Propuesta de Silvia Chaparro. Docente a cargo del Centro de Producción Audiovisual de la Universidad Pontificia Bolivariana. 2006.



## 2. MARCO CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO

### 2.1. REFERENTE CONCEPTUAL

La comunicación es fundamental en todos los procesos humanos de la sociedad, es el ejercicio natural entre emisor y receptor buscando siempre una retroalimentación entre las partes.

Como expresa Joan Costa “La comunicación puesta al servicio de una organización, es un aspecto universal de la actividad de la empresa. Así mismo, es el estudio experimental de las interacciones entre los individuos de una sociedad, que deviene de lo que estos tienen en común: una lengua, una cultura, un espacio, la comunicación es la pieza clave para el perfecto funcionamiento de una organización”.<sup>6</sup>

De esta manera se puede comprender que la comunicación es vital para el funcionamiento de la organización sin importar cual sea su campo de acción.

Para Fernández Collado “la comunicación organizacional es un conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la organización, entre la organización y su medio; o bien; influir en las opiniones, aptitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización, todo ello con el fin de que ésta última cumpla mejor y más rápido los objetivos”.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> COSTA, Joan. DirCom On- line, El máster de Dirección de Comunicación a distancia. Grupo Editorial Design, La Paz, 2004.

<sup>7</sup> FERNANDEZ, Collado Carlos, La Comunicación en las Organizaciones, México, Editorial Trillas, Octubre de 1997 pag 17, citado por Mi Espacio. Investigación en Comunicación. [En Línea]<http://www.miespacio.org/cont/invest/comunica.htm>. (Citado el 4 de dic. de 2009).

La comunicación organizacional, bien empleada, es vital y asegura procesos internos y externos dentro de las empresas. Gracias a los cambios tecnológicos, las industrias audiovisuales han ocupado un espacio en el mundo actual, de esta manera se han posicionado como empresas con alta influencia económica y social.

La comunicación es un campo amplio y desde las organizaciones se manejan dos campos importantes clasificados en comunicación interna y externa; en este caso se enfocarán desde la comunicación externa y especialmente desde comunicaciones integradas de mercadeo que, Según la Asociación Americana de Agencias de Publicidad, las Comunicaciones Integradas de Mercadeo como disciplina resultan de la aplicación del conjunto de herramientas de mercadeo y comunicación (publicidad masiva, mercadeo directo, ventas promocionales y relaciones públicas), reconociendo el rol estratégico de cada una y combinándolas en un plan genérico para ofrecer un impacto comunicacional máximo.<sup>8</sup>

Así mismo, se entiende como comunicación externa “los actos comunicativos dirigidos a públicos externos, con el fin de mantener o perfeccionar las relaciones públicas y así proyectar mejor la imagen corporativa de la organización.”<sup>9</sup>

Otro concepto que es aplicable al desarrollo de esta propuesta son las Relaciones Públicas entendida como las actividades y programas de comunicación creados para sostener buenas relaciones con los diferentes públicos de la organización.

---

<sup>8</sup> CORREA, Monica, Comunicaciones Integradas de Mercadeo. [on line] disponible en <http://www.monografias.com/trabajos28/comunicaciones-mercadeo/comunicaciones-mercadeo.shtml>(consultado el 09 de abril de 2010)

<sup>9</sup> RODRIGUEZ, G. Ingrid, Comunicación Organizacional: Teorías y Puntos de vistas. [on line] disponible <http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/comuor.htm>(consultado el 4 de Diciembre)

De esta manera es evidente como la comunicación y el mercadeo son claves dentro de los procesos que se manejen en una organización, demostrando que ambas son factores determinantes en el éxito de la misma.

Como dice Manuel Burgos, el mercadeo consiste en actividades, tanto de individuos como organizaciones, encaminadas a facilitar y estimular intercambios dentro de un grupo de fuerzas externas dinámicas. De esta forma se interrelacionan productores, intermediarios consumidores en su capacidad de intercambiar bienes y servicios que satisfagan necesidades específicas.<sup>10</sup>

En el Forum Mundial de Marketing y Ventas, de Barcelona en Octubre del año 2004, Philip Kotler afirma que el marketing se está convirtiendo en una batalla basada en la información que en el poder de las ventas. Para el padre del marketing los nuevos tiempos direccionan a técnicas de la nueva era, aprovechar los medios digitales actuales para promover la organización.<sup>11</sup>

En este proceso que ha iniciado el CPA, los públicos son significativos, debido a que son a éstos a los que van dirigidos los productos y servicios que se ofrecen en la dependencia. Es natural caracterizar e identificar debidamente cuáles son los tipos de clientes o públicos que atiende el CPA.

En esta disciplina se entiende por público a todo grupo social con un interés determinado y, a veces también, con un nivel cultural específico.

Tradicionalmente los públicos de una organización se suelen clasificar en dos grupos: Públicos Internos y Públicos Externos. En este caso los servicios van dirigidos a los dos tipos de públicos.

---

<sup>10</sup> BURGOS, Manuel. Monografías Mercadeo estratégico, Plan de mercadeo, Mezcla de mercadeo [on line]  
<http://www.monografias.com/trabajos13/mepla/mepla.shtml> (citado el 7 de Diciembre de 2009)

<sup>11</sup> Diario Digital de Marketing y Publicidad en Español[online]  
<http://www.puomarketing.com/27/4109/philip-kotler-padre-marketing-moderno.html>(citado el 11 de Abril)

Se entiende por Público Interno, “a los grupos sociales afines que integran el organigrama de la empresa o institución. Así, por ejemplo: los accionistas; los directivos; los funcionarios; los empleados; u otras dependencias; etc.”<sup>12</sup>

Públicos Externos, por su parte, “son todos aquellos grupos sociales que tienen un determinado interés que vincula a sus miembros entre sí y que no forman parte del organigrama de la organización de que se trata”.

Los Públicos Externos “de una organización son numerosos, pero, no debe perderse de vista que alguno de ellos interesan más que otros a la empresa o institución en cuestión. Sólo unas cuantas de ese gran espectro social surgirán los clientes o nos servirán para difundir la imagen que pretendemos proyectar de la organización de que se trata”.<sup>13</sup>

Con la caracterización de los públicos o con la recolección de los posibles clientes a los que se quiere llegar, se podrá enfocar las acciones de comunicación, con el fin de atraerlos para ofrecer los servicios del CPA y de esta forma posicionarse en la región como el Centro de Producción Audiovisual, más completo a nivel comercial y educativo.

Adicionalmente se contará con una ventaja, pues se tendrá conocimiento de las necesidades del público al que se quiere llegar, se podrán elegir los medios más eficaces para hacer llegar el mensaje deseado, planteándose objetivos más cercanos a la realidad del mercado.

Para poder tener posibilidades de éxito como una organización con miras a posicionarse en la región en el mercado audiovisual, se deben planear estratégicamente los elementos a emplear para atraer nuevos clientes.

---

<sup>12</sup> ITOIS, Carolina. Apuntes-Tesis » Relaciones Públicas. [online] Disponible <http://www.rppnet.com.ar/intrppp.htm> citado el 11 de Abril de 2009)

<sup>13</sup> *Ibíd.*, Disponible en internet <http://www.rppnet.com.ar/intrppp.htm>

Las estrategias son programas generales de acción que llevan consigo compromisos de énfasis y recursos para poner en práctica una misión básica. Son patrones de objetivos, los cuales se han concebido e iniciado de tal manera, con el propósito de darle a la organización una dirección unificada.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> KOONTZ. H. Estrategia, planificación y control (1991). Citado por Ms. RONDA. Pupo , Guillermo.[online]<http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/34/estrategia.htm>(consultado el 11 de Abril de 2010)

### **3. OBJETIVOS**

#### **3.1. OBJETIVO GENERAL**

Diseñar e implementar una estrategia de comunicación para la divulgación de los servicios del Centro de Producción Audiovisual.

#### **3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Definir los procedimientos para solicitud de servicios internos y externos del Centro de Producción Audiovisual.
- Caracterizar los posibles clientes internos y externos del CPA y consolidarlos en una base de datos.
- Diseñar elementos de comunicación para la divulgación de los servicios del CPA.
- Apoyar las actividades de extensión que tiene el CPA.

#### **4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS**

El presente documento describe la labor del estudiante en el tiempo de la pasantía en el Centro de Producción Audiovisual, el proceso de la creación de una estrategia para divulgar los servicios del CPA, dentro de la universidad y de manera externa con posibles clientes.

Con el fin de promover los servicios se requería internamente fortalecer algunos procesos del CPA, se rediseñaron los formatos de reserva de equipos y los procedimientos para la sala de posproducción.

Mediante reuniones de trabajo se llegó a la conclusión de que los formatos y permisos para retirar equipos para trabajos académicos, debían realizarse por la página web de la universidad donde los estudiantes puedan solicitar los equipos audiovisuales evitando el exceso de papel.

En una reunión con el jefe actual se llegó a un consenso de las necesidades que tenía el CPA en el área organizacional y administrativa, por esto surgieron propuestas como: un portafolio de servicios, un link en la página web, una base de datos con los posibles clientes donde podríamos brindar nuestros servicios y productos, y un rediseño del logo del CPA.

A continuación se presenta un plan general de trabajo de la pasantía y posteriormente se presentará cada una de las acciones.

## **Plan de trabajo**

**Nombre del Pasante:** Yohaxa Guerrero García

**Nombre del Supervisor Académico:** Eliana Celis García

**Nombre del Jefe en la Empresa:** Fidel Eduardo Sánchez Rincón

**Nombre de la Empresa:** Universidad Pontificia Bolivariana

### **OBJETIVO GENERAL DEL PROYECTO**

Diseñar e implementar una estrategia de comunicación para la divulgación de los servicios del Centro de Producción Audiovisual (CPA).



**Tabla 1. Estrategias de Comunicación para la divulgación de los servicios del CPA**

Objetivos específicos	Actividades y tareas	Indicadores de logro	Cronograma por meses					
			M1	M2	M3	M4	M5	M6
Definir los procedimientos para la solicitud de los servicios internos y externos del Centro de Producción Audiovisual	Recopilación de la información sobre los formatos existentes para la requisición de los diferentes servicios del CPA	Dos formatos para reserva de equipos audiovisuales y para turnos de edición en el Laboratorio de Posproducción.						
	Reuniones de trabajo para conocer cómo los colaboradores del CPA, quieren visualizar la dependencia.	Se realizaron 5 reuniones para concretar las expectativas que se tenían en cuanto al cambio que iba a tener el CPA						
	Rediseño de los Formatos existentes, para mejorar el uso de éstos.	Se rediseñaron (2) formatos para los estudiantes, facilitando el control de los equipos audiovisuales y de computo en el laboratorio de Posproducción.						
	Implementación y ubicación de una herramienta de préstamo de equipos en la página web de la Universidad.	El record de préstamos en el software.						

Objetivos específicos	Actividades y tareas	Indicadores de logro	Cronograma por meses					
			M1	M2	M3	M4	M5	M6
Caracterizar los posibles clientes internos y externos del CPA y consolidarlos en una base de datos.	Revisión de la documentación de datos actuales.	(58) clientes potenciales con los datos necesarios para contactarlos y poder ofrecerle nuestros servicios.						
	Recopilación de datos mediante diversas fuentes de información. (directorio, internet, clientes antiguos)							
	Construcción de la base de datos de los clientes potenciales del CPA.							

Objetivos específicos	Actividades y tareas	Indicadores de logro	Cronograma por meses					
			M1	M2	M3	M4	M5	M6
Diseñar elementos de comunicación para la divulgación de los servicios que ofrece el CPA.	Diseño del logo del CPA.	Logo diseñado y utilizado en las piezas comunicativas.						
	Diseño del portafolio de servicios en formato digital.	El facilitar procesos en los estudiantes generará una mayor aceptación de la dependencia.						
	Diseño del banner para que sea ubicado en la página web de la universidad, de esta manera será más fácil localizar el portafolio de servicios para los clientes externos.	Ubicación del portafolio en la web, indagar cuantas veces será visitado a partir del momento que se publique.						

Objetivos específicos	Actividades y tareas	Indicadores de logro	Cronograma por meses					
			M1	M2	M3	M4	M5	M6
Apoyar las actividades de extensión que tiene el CPA.	Coordinación y logística del taller de presentación y redacción en TV.	La realización del primer Taller de Presentación y Redacción en TV. Asistieron las 25 personas se cumplieron con los cupos establecidos por la universidad.						
	Manejo de préstamo de equipos.	Se atendieron 100 solicitudes de préstamo de equipos para estudiantes.						

La estrategia de comunicación para la divulgación de los servicios que ofrece el Centro de Producción Audiovisual para públicos internos y externos, con el fin de obtener los resultados esperados y garantizar el logro de los objetivos, se centró en diversas acciones desarrolladas a lo largo de la pasantía.

Inicialmente se realizó la indagación y exploración del entorno, conociendo desde el área de trabajo los clientes frecuentes, las actividades que allí se llevan a cabo con los estudiantes, dependencias y docentes de la universidad.

Posteriormente se recopiló la información, se realizaron reuniones de trabajo donde se definieron las necesidades y la imagen que se quería proyectar del CPA como una empresa audiovisual.

Así mismo, se diseñó el formato de reserva de equipos, con el fin de facilitar las solicitudes de préstamo, debido a que con el método anterior de carta para solicitar el servicio de préstamo los horarios se cruzaban y se veían afectados los estudiantes.

Acordado lo que se iba a realizar, se definieron los elementos de comunicación como el diseño del logo, diseño y creación del portafolio de servicios y banner para la página web.

#### **4.1 DISEÑO DEL LOGO**

El diseño del logo para el CPA, logra proyectar una nueva imagen con fuerza para que se recuerde más entre los públicos y clientes. De esta manera se da identidad corporativa a la dependencia. Este logo está diseñado con los colores institucionales de la Universidad Pontificia Bolivariana. (Ver anexo A)

## **4.2. PORTAFOLIO DE SERVICIOS**

Teniendo en cuenta que para una empresa es de vital importancia cómo es percibida por los públicos internos y externos, el CPA ha querido ampliar sus servicios no sólo en el ámbito académico sino en el mercado audiovisual, por ello se diseñó un portafolio en el que se presentaron los servicios que ofrece el Centro de Producción. Este portafolio de servicios se presentará en una primera fase en versión digital ubicado en la página web de la universidad, para que todos los públicos tengan acceso a él, con el fin de mostrar de una manera dinámica qué hace, cómo lo hace y a qué se dedica el CPA. (Ver Anexo B)

## **4.3. BASE DE DATOS**

Se consolidó una base de datos con los posibles clientes para el CPA, con el fin de darse a conocer en otras organizaciones. La base de datos es una recopilación de los datos de contacto de las principales empresas que pueden ser clientes potenciales. Esta base deberá actualizarse periódicamente, incorporando datos de clientes nuevos, bien sea por parte del personal del CPA, de personas que llegan a buscar información o a contratar los servicios del CPA. (Ver Anexo C.)

## **4.4. BANNER PARA LA PÁGINA WEB**

El banner para la página web de la universidad, es una opción que se utilizará a modo de posicionar al CPA dentro y fuera de la universidad, pues por este medio el estudiante y los posibles clientes podrán buscar información y conocer su trabajo, por medio de clips informativos y del portafolio de servicios digital. Adicionalmente esto hará que los estudiantes tengan más sentido de pertenencia con el CPA, y se vinculen a proyectos y talleres que pueden surgir desde la línea investigativa. (Ver anexo D)

#### **4.5 FORMATOS PARA LA RESERVA DE EQUIPOS Y HERRAMIENTA DE PRESTAMO DE EQUIPOS**

Se realizó el diseño de formatos para reserva de equipos y turnos de edición en la sala de posproducción, con el fin que sea efectivo tanto para el estudiante, como para la dependencia. Esto se realizó evitando el exceso de papeles y facilitando el control de préstamo de equipos.

Anteriormente estos se solicitaban a través de una carta, muchas veces entregada el mismo día, creando cruces de horarios e incluso incumpliendo las condiciones y políticas que tenía el CPA, para el préstamo de equipos.

A través del formato se implementó la herramienta de préstamo de equipos por la web, administrado por el Centro de Producción Audiovisual. Un protocolo que se está implementando en este primer semestre de 2010, ubicado en Servicios Web de la página de la universidad. (Ver anexos E, F Y G)

#### **4.6 ACTIVIDADES DE EXTENSIÓN**

Se realizó el primer Taller de Presentación y Redacción en TV, con la participación de docentes como Adiela Marín y Felipe Arias, el creador del “Caza Noticias” en RCN Televisión. La logística y coordinación de pauta publicitaria, manejo de información por el grupo de Facebook de CPA, y atención de los docentes y participantes estuvo a cargo de la pasante. Contó con la participación de 25 personas entre estudiantes y egresados de la universidad, con la participación de periodistas profesionales de los canales regionales; este grupo fue apoyado por el Departamento de Educación Continua.

Este Taller tuvo una duración de 30 horas, en el horario de viernes de 6 pm a 10 pm y los sábados de 7am a 1 pm.

El contenido que se manejó fue elaborado por Voces Consultores, se trataron temas como expresión corporal, manejo del cuerpo frente a la cámara, técnica vocal para el periodista presentador, bases de lectura interpretativa, lectura de teleprompter, expresión lingüística, redacción e improvisación para el manejo de noticias de última hora. (Ver anexo H)



## 5. CONCLUSIONES

- Este proyecto buscó la selección y desarrollo de una estrategia centrada en la promoción y divulgación de los servicios del Centro de Producción Audiovisual, con el fin de atraer nuevos públicos tales como colegios, otras universidades y empresas que soliciten de los servicios audiovisuales y de la sala de posproducción. Se estableció estrategia teniendo en cuenta las necesidades del CPA de promover sus servicios.
- El diseño de los formatos permitió que se tuviera un control del préstamo de los equipos, de esta manera no se cruzaban los horarios y los estudiantes realizaban sus trabajos sin presión. Esto se implementó durante los seis meses de pasantía debido a que hasta este primer semestre de 2010 la herramienta de préstamos de equipos en la web comenzó a funcionar. Adicional a esto, se elaboró el arte para el banner del CPA, para la administración y préstamo de equipos que será administrada por los funcionarios de la dependencia.
- La coordinación de las reuniones de trabajo permitió tener claridad sobre lo que el CPA, quería proyectar y de esta manera crear la estrategia con las acciones comunicativas que permitieran un mayor reconocimiento de la imagen corporativa y expandirse como dependencia, mediante la divulgación de sus servicios con clientes internos y externos.
- Se diseñó el portafolio de servicios digital, en una presentación de flash, para publicar en la página web de la Universidad, que se encuentra ubicado en el menú de servicios web. El portafolio de servicios sirve como elemento de presentación para divulgar y promocionar los servicios que presta el CPA.

- El curso de extensión que se llevó a cabo “Taller de Presentación y Redacción en Televisión” fue el comienzo de los cursos de extensión donde el CPA quiere ser líder en la formación de presentadores de televisión.
- Mediante la ejecución de las actividades de la pasantía, los clientes del CPA, ya pueden visualizar la oferta de los productos y servicios en la página web.
- Se evidenció la satisfacción de los estudiantes con las nuevas herramientas para el préstamo de equipos por la web.

## 6. RECOMENDACIONES

- Continuar con la aplicación de normas y políticas de uso para el préstamo de equipo y reserva con el fin de facilitar el control de préstamos.
- Se recomienda asumir el control total de la sala de posproducción haciendo que los estudiantes soliciten el turno de edición con un tiempo anticipado establecido por el coordinador del CPA, haciéndose responsable del equipo.
- Actualizar semestralmente, la base de datos de acuerdo a los nuevos clientes que lleguen a adquirir los servicios.
- El CPA, cuenta con un equipo humano muy pequeño y por esta razón, muchas oportunidades de negocios se ven pérdidas porque el personal a cargo de esta función no es suficiente.
- Se sugiere que el CPA, establezca unos reglamentos básicos para la elaboración y desarrollo de proyectos audiovisuales para cualquier tipo de empresas, con el fin de cumplir con los plazos, pues de su eficiencia y cumplimiento depende conseguir nuevos clientes.
- Aprovechar los eventos que se realizan en la universidad con el fin de divulgar el portafolio de servicios, para que las personas conozcan más del CPA.
- Asegurar por medio de llamadas y correos electrónicos que los clientes están satisfechos con los resultados del producto o servicios.
- Mantener la continuidad de los cursos de extensión que se manejan desde el CPA, de esta manera se harán líderes en áreas como la preparación de

los presentadores de TV o los estudiantes que quieran adquirir habilidades para la edición en el programa Final Cute.

- Se sugiere que el CPA, tenga una persona responsable de la atención al cliente, para que se informe de manera atenta y responsable sobre las solicitudes o inquietudes, y éstas sean atendidas en un tiempo máximo de dos días, de esta manera se notará el interés de contar con nuevos clientes o por lo menos de brindar una información oportuna. De esta manera la imagen positiva se verá reflejada en la recepción de nuevos clientes.
- Mantener la estrategia de divulgación del CPA, tanto en públicos internos como externos.
- Aprovechar eventos como inducción a la vida universitaria, congresos o conferencias en los auditorios para transmitir el portafolio digital o bien realizar un pequeño video promocional mostrando los productos que el CPA ha realizado para las diferentes dependencias y empresas.
- Se recomienda un relanzamiento del CPA, por el circuito cerrado de la Universidad, de esta manera se difundirán los servicios.

## 7. PRESUPUESTO

CANT.	CARGO / OFICIO O CONCEPTO	UND	VALOR PARCIAL	VALOR TOTAL
6	Pasante Realizador	Mes	496.900,00	2.981.400,00
1	Diseñador	Global	500.000,00	500.000,00
1	Reproducción documentos (Impresión)	Global	100.000,00	100.000,00
1	Comunicaciones y servicios (Teléf., fax, correo, etc.)	Global	200.000,00	200.000,00
<b>TOTAL COSTOS</b>				<b>3.781.400,00</b>

## BIBLIOGRAFÍA

BURGOS, S. Manuel. Monografías Mercadeo estratégico, Plan de mercadeo, Mezcla de mercadeo [on line] <http://www.monografias.com/trabajos13/mepla/mepla.shtml> (citado el 7 de Diciembre de 2009)

COSTA, Joan. DirCom On- line, El máster de Dirección de Comunicación a distancia. Grupo Editorial Design, La Paz, 2004.

CORREA, Monica, Comunicaciones Integradas de Mercadeo. [on line] disponible: <http://www.monografias.com/trabajos28/comunicaciones-mercadeo/comunicaciones-mercadeo.shtml>(consultado el 09 de abril de 2010)

CHAPARRO, Silvia. Docente a cargo del Centro de Producción Audiovisual de la Universidad Pontificia Bolivariana. Misión establecida por la Facultad de Comunicación social. 2006.

Diario Digital de Marketing y Publicidad en Español [online] <http://www.puromarketing.com/27/4109/philip-kotler-padre-marketing-moderno.html> (citado el 11 de Abril)

FERNANDEZ, Collado Carlos, La Comunicación en las Organizaciones, México, Editorial Trillas, Octubre de 1997. Pág. 17, Mi Espacio. Investigación en Comunicación. [En Línea] <http://www.miespacio.org/cont/invest/comunica.htm> (Citado el 4 de dic. de 2009).

ITOIS, Carolina. Apuntes-Tesis » Relaciones Públicas. [Online] Disponible <http://www.rrppnet.com.ar/intrrpp.htm> (citado el 11 de Abril de 2009)

Ms. RONDA. P. Guillermo. [Online] <http://www.gestiopolis.com/canales/gerencial/articulos/34/estrategia.htm> (Consultado el 11 de Abril de 2010)

RODRIGUEZ, G. Ingrid, Comunicación Organizacional: Teorías y Puntos de vistas.[On-line]

Disponible:<http://www.gestiopolis.com/Canales4/ger/comuor.htm>(Consultado el 4 de Diciembre)

Universidad Pontificia Bolivariana seccional Bucaramanga.: Historia de la Universidad [En Línea] Disponible en <http://www.upbbga.edu.co/nuestraupb/historia.html>(citado el 15 de Octubre de 2009)

Universidad Pontificia Bolivariana Secciona Bucaramanga. Misión de la universidad[online]:[http://www.upb.edu.co/portal/page?\\_pageid=1134,33176629&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://www.upb.edu.co/portal/page?_pageid=1134,33176629&_dad=portal&_schema=PORTAL)(citado el 15 de Octubre de 2009)

Universidad Pontificia Bolivariana Seccional Bucaramanga. Visión de la universidad[online][http://www.upb.edu.co/portal/page?\\_pageid=1134,33176633&\\_dad=portal&\\_schema=PORTAL](http://www.upb.edu.co/portal/page?_pageid=1134,33176633&_dad=portal&_schema=PORTAL) (citado el 15 de Octubre)

## ANEXOS

### Anexo A. Diseño del logo CPA.





## Anexo B. Portafolio de Servicios Digital



[Inicio](#)  
[Misión](#)  
[Visión](#)  
[¿Quiénes somos?](#)  
[Objetivo](#)  
[Servicios](#)  
[Galería Fotográfica](#)  
[Informes](#)



**Misión**

Contribuir a través de proyectos audiovisuales a la divulgación del desarrollo académico, promoción de la cultura y labor social de la Universidad Pontificia Bolivariana. Así mismo prestar servicios audiovisuales al público externo con concepto audiovisual, creatividad y profesionalismo. A su vez constituir espacios para el desarrollo de talleres de capacitación en temas de...

[Inicio](#)  
[Misión](#)  
[Visión](#)  
[¿Quiénes somos?](#)  
[Objetivo](#)  
[Servicios](#)  
[Galería Fotográfica](#)  
[Informes](#)



**Visión**

El Centro de Producción Audiovisual, de la Universidad Pontificia Bolivariana, tiene como visión ser una empresa en el medio audiovisual líder con tecnología de punta, para aportar altos niveles de conocimiento a los estudiantes, con realización de programas de índole académico y cultural.

¿Quiénes somos?

Objetivo

Servicios

Galería Fotográfica

Informes

**¿Quiénes somos?**

El Centro de Producción Audiovisual, es una dependencia de la Facultad de Comunicación Social- Periodismo, dedicada a realizar productos de alta calidad, con el profesionalismo del talento humano y con la tecnología de los equipos con alta definición.

Es labor del centro de producción audiovisual, apoyar los trabajos e iniciativas de los estudiantes de Comunicación Social-Periodismo, en las asignaturas de Televisión y Cine.

Adicional a esto el CPA, tiene funciones administrativas y académicas como préstamo de equipos a los estudiantes y asesorías en los procesos de aprendizajes. Cuenta con una sala de posproducción equipada con computadores de tecnología de punta. Allí se capacitan en labores como edición y montaje de proyectos audiovisuales.

¿Quiénes somos?

Objetivo

Servicios

Galería Fotográfica

Informes



**Objetivo**

Diseñar y crear cursos que ayuden a una formación integral de los estudiantes e incluso de los clientes externos. Talleres tales como en presentación en TV, edición básica y avanzada.

¿Quiénes somos?

Objetivo

Servicios

Galería Fotográfica

Informes



**Servicios**

- Asesorías académicas
- Edición de productos audiovisuales
- Realización de videos institucionales o comerciales
- Talleres de presentación y redacción en TV
- Curso de edición básico y avanzado



### Anexo C. Base de datos

<b>EMPRESA</b>	<b>SECTOR</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>CONTACTO</b>
<b>Essa E.S.P</b>	Suministro de electricidad, Gas y Agua	Calle 24 # 18-26	6303333	Dra. Olga Inés Rueda- Jefe de Recursos Humanos
<b>Transportadora de Gas del Interior (TGI)</b>	Transporte, almacenamiento y comunicaciones S.A. Esp	Cra 34 No. 41-51	6325525	Dra. Carolina Sandez Wandurraga- Profesional de Recursos Humanos
<b>Inversora Pichincha S.A.</b>	Intermediación financiera	Cra 35 No. 42-39	6322211	Dra. María del Pilar García Arenales- Gerente de Oficina de Bucaramanga
<b>Transejes S.A.</b>	Industrias manufactureras	Cl 32 # 15-23 Rincón De Girón	6468288	Ing. Alfredo Rey Soto- Gerente de Recursos Humanos
<b>Distribuidora Avícola S.A. Campollo S.A.</b>	Agricultura, Ganadería, Caza y Silvicultura	Calle 54 No. 2810	6572206	Dra. Isabel Roa- Directora de Talento Humano
<b>Telebucaramanga S.A. E.S.P</b>	Transporte, almacenamiento y comunicaciones S.A. Esp	calle 36 No 14-71	6309600	Dra. María Juliana Gómez- Directora de Gestión Humana
<b>Campesa S.A.</b>	Comercio	Cra. 27 calle 54 Esq.	6432721	Dra. Carla Castellanos- Encargada de Recursos Humanos

<b>EMPRESA</b>	<b>SECTOR</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>CONTACTO</b>
<b>Empresa Colombiana de Gas ECOGAS</b>	Transporte, almacenamiento y comunicaciones	Calle 35 No. 19-41 Of. 209	642100	Dra. Adriana Patricia Carreño- Técnica Administrativa de Recursos Humanos
<b>Gasoriente S.A. E.S.P</b>	Suministro de electricidad, Gas y Agua	CR. 8 No 8-96 Piedecuesta	6551838	Dra. Diana Sierra- Jefe de Recursos Humanos
<b>Distribuidora Rayco S.A.</b>	Comercio	calle 29 No. 25-72 edificio urbanas piso 5	6396969	Dra. María Mercedes Páez- Directora de Gestión Humana
<b>Ardía S.A.</b>	Comercio	CARRERA 15 No. 42 - 93	6305050	Dra. María Estela Díaz- Jefe de Personal
<b>Gasán S.A. (Gas de Santander)</b>	Suministro de electricidad, Gas y Agua	Km. 2 Zona Industrial Chimita. (Girón)	6760300	Dra. Nancy Mercado López- Jefe de Gestión Humana
<b>AMB S.A. E.S.P</b>	Suministro de electricidad, Gas y Agua	Diagonal 32# 30a-51 Parque del Agua	6320220	Dra. María Leonor Arias Ferreira- Jefe de Recursos Humanos
<b>Districomer Bucaramanga Ltda.</b>	Comercio	Cra. 17 numero 60 170 vía palenque chimita	6760754	Dra. Olga Lucia González- gerente Administrativa
<b>Gaseosas Hipinto S.A.</b>	Industrias manufactureras	Carrera 27 # 65-55 Bucaramanga	6432740	Ing. Daniel López Montañés- Jefe de Personal

<b>EMPRESA</b>	<b>SECTOR</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>CONTACTO</b>
<b>Mayorautos S.A.</b>	Comercio	Av. La Rosita No. 26 - 48	6323434	Ing. Diego Rey Rey- Gerente General
<b>Sistemas y computadores S.A.</b>	Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler	Centro Empresarial Chicamocha Oficina 303	6435558	Dr. Luis Mariano Claro torrado- Gerente Administrativo
<b>Palmeras de Puerto Wilches S.A.</b>	Industrias manufactureras	Carrera 29 No. 50 - 64, Bucaramanga	6432856	Dra. Sandra Ardila -Jefe de Recursos Humanos
<b>Construcciones Marval Ltda.</b>	Construcción	Calle 35 N°19- 41 P.16 Edif. La Triada	6853072	Dra. Mónica Avendaño- Jefe de Recursos Humanos
<b>Urbanizadora David Puyana URBANAS S.A.</b>	Construcción	Calle 30 N0 22-240 Cañaveral	6380920	Dra. Yolanda Arévalo Lozada- Jefe de Gestión Humana
<b>Ardisa S.A.</b>	Comercio	Cra. 15 No. 29 – 55	6301813	Dra. Laura María Suarez- Directora Administrativa
<b>Motoreste Motors S.A.</b>	Comercio	Autop. Florida Nº 91-55	6360160	Dra. Dolly Mayerly Pilonieta Díaz-Jefe de Recursos Humanos
<b>Harinera Pardo S.A.</b>	Industrias manufactureras	calle 21 No 11- 68	6718666	Dra. Natalia Peña- Jefe de Personal(e) Fabiola Pinzón- Jefe de Recurso Humano
<b>Empresa pública de alcantarillado de Santander S.A. E.S.P EMPAS</b>	Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales	calle 23 No. 24-68	6723366	Dra. Diana Marily Pinto S.- Jefe de Gestión Humana

<b>EMPRESA</b>	<b>SECTOR</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>CONTACTO</b>
<b>Industrias Partmo S.A.</b>	Industrias manufactureras	calle 61 # 17-22 Bucaramanga	6443775	Dra. Amparo Noguera- Líder de Desarrollo Humano
<b>Trienergy</b>	Industria Petrolera	Km. 7 vía Girón Zona Industrial	6468060	Dra. Ruth Corredor Recursos Humanos
<b>Marval</b>	Construcción	calle 35 #19-41 piso 16	6333987	Dra. Mónica Avendaño- jefe de talento humano
<b>Urbanas S.A</b>	Construcción	Calle 30 N0 22-240 Cañaveral	6384816	Dra. Yolanda Arévalo Lozada- Jefe de Recursos Humanos
<b>Ferretería ALDIA S.A</b>	Construcción y Remodelación	Cra. 15 #42-93	6708790	Dra. María Stella Díaz Díaz- jefe de Recursos Humanos
<b>Fénix Construcciones</b>	Construcción	Cra. 27 #36-14 local 116	6350055	Dra. Luz Ángela Barriga- jefe de recursos Humanos
<b>Maderac S.A.</b>	Línea arquitectónica	calle 20 # 12-75	6715684	Ing. Yadira Castaño- Coordinadora de Producción
<b>Cohosan</b>	Cooperativa de hospitales y Organismos de Salud	calle 58 #27-76	6570913	Dra. Patricia Gómez Rueda Gerente de Cohosan
<b>Pro H S.A.</b>	Diseño programas integrales en atención de enfermedades	calle 22# 20-60	6426424	Ing. Freddy Rolando- Jefe de Personal
<b>Comfenalco</b>	CompensacionFamiliar	Av. González Valencia No. 52-69	6431900	Dra. Lidia Grandas Garcés- Jefe de Gestión Humana y Grupo de apoyo

<b>EMPRESA</b>	<b>SECTOR</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>CONTACTO</b>
<b>EME Ingeniería</b>	Automatización de Controles, control y seguridad en Telecomunicaciones	Avenida la Rosita 18-80 ofic.201	6306440	Dra. Gloria Amparo Ayala Guarín- Jefe de Recursos Humanos
<b>Mayorautos S.A.</b>	Sector Automotriz	Avenida la Rosita 326-48	6323434	Ing. María Angélica González- jefe de Recursos Humanos
<b>Faico</b>	Sector Automotriz	calle 56# 17a-91	6448312	Ing. Edna Ulloa-Jefe de Recursos Humanos
<b>Filtros Partmo</b>	sector Automotriz	calle 61 #17-22	6448203	Dra. Amparo Noguera Baron-Líder del Departamento de Desarrollo Humano
<b>Motoreste S.A</b>	Sector Automotriz - Concesionario	Autopista Floridablanca No. 91-55	6360160	Dra. Dolly Mayerly Pilonieta Díaz- Jefe de Recursos Humanos
<b>Penagos y Hnos y CIA LTD</b>	Tecnología para la Agricultura	calle 20 #20-80	6301600	Dra. Alba Luz Rueda- Directora de Recursos Humanos
<b>Distribuidora Rayco S.A.</b>	Distribuidora Rayco S.A.	centro comercial cañaveral local oficina quinta	6422023	Dra. María Mercedes Páez- Jefe de Recursos Humanos
<b>Litografía La Batilla</b>	Comercio	Cra. 16 No. 24-94	6304749	Dra. Betty Oviedo - Magali Albarracín- jefe de Recursos Humanos- jefe de calidad



<b>EMPRESA</b>	<b>SECTOR</b>	<b>DIRECCIÓN</b>	<b>TELÉFONO</b>	<b>CONTACTO</b>
<b>Publicar S.A.</b>	Publicidad S.A.	Cra 36 No. 51-96	6433060	Dr. Luis Guillermo Sierra- Gerente General
<b>AeroRepublica</b>	Turismo	carrera 35 numero 54 114	5345377	Dra. Laura Ximena Torres Puyana- Gerente regional
<b>Solar Hotel Chicamocha</b>	Turismo	calle 34 No 31-24	6343000	Dra. Marcela Ciodaro- Jefe de Recursos Humanos y Calidad
<b>Palmera Junior</b>	Central de Fumigaciones	Cra. 3 No. 1-49	6760050	Ing. Johany Palmera- Gerente General
<b>HDM (Holding Distribución y Mercadeo)</b>	Telecomunicaciones	Avenida González Valencia No. 50-35	6434131	Ing. Liliana Pino Martínez- Directora Administrativa
<b>Avidesa S.A. Mc Pollo</b>	Empresa Avícola	km 5 anillo vial vía Girón Floridablanca Vereda Rio Frio	6830144	Dra. María Elisa Olive- Directora de Gestión Humana
<b>Distraes S.A</b>	Empresa Avícola	Kilometro 2.5 Anillo vial Florida Girón	6797900	Dra. Lida Marcela Salazar Sanabria -jefe de Recursos Humanos
<b>Incubadora de Oriente Pimpollo S.A.</b>	Empresa Avícola	Km 13 Carrera 14	6466440	Dra. Olga Lucia Dávila- Jefe de Gestión Humana
<b>Incubadora de Santander</b>	Empresa Avícola	Cra 28 No. 5358	6430036	Dra. Yolanda Vargas Ardila- Directora de Recursos Humanos
<b>Pollosan Ltda. Pollos de</b>	Empresa Avícola	Cra 35 A No. 4602	6478516	Ing. María Catalina Porrás- Jefe de Talento

EMPRESA	SECTOR	DIRECCIÓN	TELÉFONO	CONTACTO
<b>Santander</b>				Humano
<b>Metrolinea S.A.</b>	Empresa de Transporte Masivo	Cll 47 Nro. 29-33 Of. 804	6430807	Dr. Jorge Gualdrón Jefe de Recurso Humano
<b>Freskaleche S.A.</b>	Empresa de Lácteos	Km 4 Manzana 1 vía Palenque Café Madrid	6761761	Fabián Llanes Director de Desarrollo Humano


Anexo D. Banner para la página web



**Anexo E. Formato para reserva de equipos**  
**FORMATO SOLICITUD DE EQUIPOS –CENTRO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL**

<b>Solicitante:</b>				<b>Asignatura:</b>			
<b>ID:</b>				<b>Docente responsable:</b>			
<b>Teléfono:</b>				<b>Fecha de solicitud:</b>			
<b>DESCRIBA LA ACTIVIDAD A REALIZAR:</b>							<b>Tiempo aprox:</b>
<b>Mes</b>	<b>Día</b>	<b>Año</b>	<b>HORA:</b>	<b>FECHA DE ENTRADA:</b>			<b>HORA:</b>
				<b>M</b>	<b>D</b>	<b>A</b>	
<b>Locación:</b>							
<b>EQUIPOS:</b>			<b>Cant</b>	<b>EQ. DE PRODUCCIÓN</b>		<b>NOMBRES</b>	
Cámara:				Producción:			
Trípode:				Asist. Producción			
				Dirección:			
Audífonos:				Realización:			
Micrófonos:				Dir. Fotografía:			
Micrófono de solapa:				Operador cámara:			
Micrófono de mano:				Asistente cámara:			
Kit Micrófono Boom:				Sonidista:			
Iluminación- Kit de luces:				Escenografía y vestuario:			
Accesorios:				Script:			
				Edición y montaje:			
<b>Observaciones:</b>							
<b>Tipo de transporte:</b>		Taxi		Propio	Otros	NR	
Aprobado Vº Bº:							

**Anexo F. Formato para reservar equipo en la Sala de Posproducción.**

 <b>PLANILLA DE TURNOS PARA LA SALA DE POSPRODUCCIÓN</b>										Nº
TURNO		ACTIVIDAD	RESPONSABLE	M	D	A	HORARIO		Observaciones al finalizar el turno. (con o sin novedad)	Asistente de Turno o Monitor
Nº	Ficha Tipo						DESDE	HASTA		

## Anexo G. Herramienta para préstamo de equipos

Lunes, 12 de abril de 2010

- UPB-Bucaramanga
  - + Nuestra UPB
  - + Pregrado
  - + Posgrado
  - + Educación Continua
  - + Admisiones
  - + Investigación
  - + Planeación
  - + Gestión Internacional
  - + Bienestar Universitario
  - + Pastoral Universitaria
  - Servicios Web
    - + Biblioteca
      - UPB Virtual
      - D-mast
      - Bases de Datos
      - Audiovisuales
      - CPA
      - Requis
      - Videos
      - Servicios Internos
      - Documentos
      - Directorio UPB
    - + Preguntas frecuentes



http://audiovisualescpa.upbbga.edu.co/

Hotmail gratuito Personalizar vínculos Windows Media Windows Nuestra Empresa Empresa al día <> C...

Otros marcadores

**CPA**  
CENTRO DE PRODUCCIÓN  
AUDIOVISUAL UPB

**Universidad Pontificia Bolivariana**  
SECCIONAL BUCARAMANGA

[Consulta Equipos Disponibles](#)


Ingrese los datos del Usuario

Usuario

Contraseña

Ingresar

## Anexo H. Actividades de Extensión.



**Universidad  
Pontificia  
Bolivariana**  
SECCIONAL BUCARAMANGA


### Taller de Presentación y Redacción en Televisión

La facultad de Comunicación Social - Periodismo, invita al primer taller en presentación y redacción en TV, dirigido por **Felipe Arias**, El Caza Noticias de RCN y **Adiela Marín**, entrenadora en técnica vocal para presentadores, locutores y actores.

**Inicia: Octubre 16 de 2009**  
**Duración:** 30 Horas (3 fines de semana)  
**Horario:** Viernes de 6:00 p.m a 10:00 p.m  
y Sábados de 7:00 a.m. a 1:00 p.m  
**Inversión:** \$550.000  
**Cupo:** 25 personas

» **Inscripciones Abiertas** *Vía web*

**Mayores Informes:**  
**Centro de Producción Audiovisual (CPA)**  
Campus Universitario K.m 7 vía Piedecuesta Edificio D Of. 701  
PBX: (7) 6796220 exts. 542 - 575 - 582  
[www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)



Pauta publicada en Vanguardia liberal.

# 1<sup>er</sup> Taller de Presentación y Redacción en Televisión

Dirigido por

*Felipe Arias & Adielia Marín*

- **Módulo 1:** Introducción video diagnóstico y Expresión Oral y Corporal
- **Módulo 2:** Lectura Interpretativa y Técnica Vocal
- **Módulo 3:** Redacción para TV e Improvisación para TV

Octubre  
16 al 31

Inversión:  
**\$ 550.000**



Mayores Informes:

Dpto. de Educación Continua

Campus Universitario Km. vía Piedecuesta  
Teléfono: 6796220 Exts. 542 - 582 - 629 - 630 - 631  
Correo: educación.continua@correo.upbga.edu.co

**25**  
Cupos



Universidad  
Pontificia  
Bolivariana

SECCIONAL BUCARAMANGA  
[www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)

Publicidad enviada vía correo electrónico.

The image shows a screenshot of a Facebook group page for 'CENTRO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL'. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and navigation links for 'Inicio', 'Perfil', and 'Cuenta'. The group's profile picture is a logo with the letters 'CPA' and the text 'CENTRO DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL UPB'. Below the profile picture are several menu options: 'Enviar un mensaje a todos los miembros', 'Promocionar el grupo con un anuncio', 'Editar la configuración del grupo', 'Editar miembros', 'Invitar a personas a unirse al grupo', 'Crear un evento', and 'Abandonar grupo'. The main content area features a post by 'Yohita Guerrero Garcia' with a profile picture and a text update: 'Ahora podrás realizar tus préstamos de equipos por la página web, ingresando a Servicios Web..Muy pronto encontrarás también el Portafolio de Servicios del CPA.' Below the post are three photos of a computer lab. On the right side, there is an advertisement for a hotel and a chat window showing 'Chat (2)'. The overall layout is typical of a Facebook group interface.

Grupo de Facebook para el CPA.



facebook  Inicio Perfil Cuenta ▾

**31** **Curso de Presentación y Redacción en TV**  
Primer Taller en Presentación en TV.

Tipo: Educación - Taller

Hora de inicio: El Viernes, 16 de octubre de 2009 a las 18:00  
 Hora de finalización: El Sábado, 31 de octubre de 2009 a las 13:00  
 Lugar: Universidad Pontificia Bolivariana  
 Calle: Km 7 vía piedecuesta  
 Ciudad/Pueblo: Bucaramanga, Colombia  
[View Map](#)

Teléfono: 6796220EXT582  
 Dirección de correo electrónico: yohaxa@hotmail.com

**Descripción**



Crea un anuncio

**Haz un regalo**



El regalo "Gemstone Ring" ya está disponible en la Tienda de regalos.

Más anuncios

- Invitar a personas a asistir
- Editar la lista de invitados
- Cancelar este evento
- Editar evento
- Enviar un mensaje a los invitados
- Imprimir la lista de invitados

Divulgación del Taller por la Red Social Facebook.



Grupo de trabajo del CPA.



Presentador de Noticias RCN- Felipe Arias



Participantes del Primer Taller de Presentación y Redacción en Televisión.