Informe de práctica profesional

Fortalecimiento e Innovación de puntos relacionados con la marca Pereira tu Ciudad y el programa en Cámara

Víctor Manuel Bedoya Castaño

Tutor:
Ángel Saúl Díaz Téllez
Comunicador Social- Organizacional

Universidad Católica Popular del Risaralda
Programa de Comunicación Social –Periodismo
Departamento de Prácticas Profesionales
Pereira
2010

Dedicatoria

Este trabajo va dedicado a mi familia la cual esta conformada por mis padres y hermana, quienes siempre me han apoyado en los diferentes procesos de mi vida como estudiante, y ahora poniendo en practica lo aprendido.

Un especial agradecimiento al señor Andrés Botero Molina, quien fue mi jefe inmediato en el proceso de la practica, fue quien me dio la oportunidad de conocer el mundo real de la Comunicación, y me enseño a enfrentar los procesos reales del mundo real.

A mis compañeras de trabajo un agradecimiento por su paciencia y apoyo en todo momento.

Contenido

Introducción – 8

1. Presentación de la Organización – 10

1.1 Analisis del Microambiente – 10

2. Papel del comunicador – 21

3. Diagnostico del área de intervención – 23

4. Eje de intervención – 23

5. Justificación del área de intervención – 24

6. Referente teórico – 25

7. Objetivos – 28

7.1 Objetivo general – 28

7.2 Objetivos específicos – 28

8. Cronograma – 30

9. Presentación y análisis de resultados – 41

9.3.1 a 9.3.5 – 42

9.3.6 – 43

Conclusiones – 44

Recomendaciones – 45

Apéndices 46

Bibliografía – 56

Lista de Tablas

Tabla 1: Anexo en Magnético - 55

Lista de apéndices

Apéndice A - 46

Apéndice B – 47

Apéndice C - 48

Apéndice D y E - 55

Resumen

El presente informe está basado en el papel que desempeña el Comunicador social-Periodista, dentro de una organización, en este caso la Cámara de Comercio de Pereira, en su práctica profesional, en el área de comunicaciones, el informe muestra claramente cuáles son las funciones del Comunicador dentro de la organización, cuáles son sus tareas establecidas, sus propósitos, sus objetivos trazados desde el inicio de su práctica, hasta el momento de culminar la misma.

Las tareas, los roles que a diario se le presentan al practicante de comunicación, son el pilar de este informe, como desde el comienzo debe poner en práctica todo lo que aprendió en las diferentes áreas de la formación académica de la cual viene, como para las diferentes situaciones hay que actuar de acuerdo a la necesidad, y sobretodo a la forma en que los directivos requieran el desarrollo de las tareas ya enunciadas, la importancia de la disciplina en cada uno de los campos a desarrollar.

Después de conocer la organización y las diferentes áreas que allí operan, es importante analizar en que parte se puede enfocar el practicante para fortalecer, implementar o buscar nuevos objetivos que sean útiles para la entidad y sobre todo al área de comunicaciones en este caso.

El fortalecimiento de marca en este caso la de PEREIRA TU CIUDAD, la cual se ampliara información a lo largo del informe, es una base fundamental como herramienta, para iniciar un amplio proceso en donde el comunicador debe poner en práctica como su nombre lo dice, aspectos, vivencias y sobretodo poner en marcha un plan de ideas que le permita dejar en claro su propósito, y que las diferentes propuestas hechas a lo largo del proceso de práctica se vayan desarrollando de forma real y concreta, contando con el aval del jefe inmediato, para que no se queden solo en propuestas sino que se vuelva algo real que dé por hecho que en este caso la práctica del estudiante fue de total aceptación y dio un balance positivo del trabajo empleado.

Abstract

The formless present is based on the paper that the social Communicator-Journalist, recovers inside an organization, in this case the Camara de Comercio de Pereira, in the professional practice, in the area of communications, the report shows clearly which are the functions of the Communicator inside the organization, which are the established tasks, the intentions, aims planned from the beginning of the practice, up to the moment to reach the same one.

Tasks and roles that daily appear to the practice student of communication, are the prop of this report, since from the beginning everything must put into practice what have been learned in the different areas of the career education, as well for the different situations it is necessary to act in agreement to the need, and overcoat to the form the executives need the development of the already enunciated tasks, the importance of the discipline in each of the fields to developing.

Once knowing the organization and the different areas that there operate, it is important to analyze in which part the practice student can focus to strengthen, to help or to look for new aims that are useful for the entity and especially to the area of communications in this case.

The strengthening brand in this case, PERIRA TU CIUDAD, which was extending information along the report, is a fundamental tool, to initiate a wide process where the communicator must put into practice as it says, aspects, experiences and overcoat start a plan of ideas that allows to clarify the intention, and that the different offers mentioned along the process of practice should be developing real and concrete form, possessing the endorsement of the immediate chief, in order that they should not remain alone in offers but there becomes slightly real and show that in this case the practice of the student was of total acceptance and gave a positive balance sheet of the used work.

Introducción

Es importante destacar que el papel del practicante de comunicaciones no presenta margen, es un papel extenso y amplio dentro de la organización, en donde son muchos aspectos claves para fortalecer o para innovar de forma real, al inicio de la práctica profesional son muchos los intereses que se despiertan a medida que va avanzando el proceso de práctica, entonces resulta amplio el mapa de ruta, a seguir, no es simplemente abastecer las diferentes tareas que se trazan dentro de la práctica, es ir mas allá, de lo establecido pero que aun no ha sido concluido, es importante hacer inmersión en el área en el cual nos estamos desempeñando para así saber cuáles son cada uno de los componentes claves para que el área en este caso de comunicaciones, tenga su optimo desempeño dentro y fuera de la organización, es fundamental observar y conocer que está fallando, o en caso tal que no sea así, conocer que aspectos se pueden fortalecer o modificar para el buen desarrollo del área, o de algunos de sus productos, en este caso el área de comunicaciones de la Cámara de Comercio de Pereira, tiene puntos claros, los cuales se desarrollan efectiva y diariamente, los Boletines de prensa son el puente de comunicación de lo que está pasando, y lo que viene en cuanto a información clara para quienes deben conocer esta información tales como medios de comunicación, junta directiva, y miembros de la entidad, el programa de radio presenta buena acogida entre los oyentes y es de muy buen contenido, lo que se ha venido desarrollando dentro del programa no presenta alteración como para replantear puntosa cambiar, el programa tiene un buen cauce.

La cámara de comercio está ahora en la fuerte labor de fortalecer la marca PEREIRA TU CIUDAD, al igual que su programa de televisión, el cual lleva por nombre EN CAMARA, en estos dos puntos, se puede centrar el trabajo a seguir, para trazar un objetivo claro al final de la práctica, en que consiste esta ardua labor, como hemos visto desde el inicio la entidad no presenta problemas de comunicación interna, no tiene problemas a la hora de dar a conocer sus actos como organización ante el gremio empresarial, entonces lo que da a entender que lo que se debe hacer es fortalecer de forma clara aspectos que ya vienen dando a conocerse pero que aún faltan nuevas estrategias y métodos que permitan por medio de objetivos lograr que ambos sean de

agrado y despierten el total interés del público, en este caso lo habitantes de la ciudad y personas interesadas en conocer más de Pereira, en estos dos aspectos.

La marca PEREIRA TU CIUDAD, tiene un buen campo de publicidad y manejo, la marca como tal está teniendo óptimos resultados en su posición y difusión del mercado empresarial que se encarga de promover la marca en cada una de sus empresas, la marca cuenta con una página Web, la cual será nuestro centro eje de estudio y paso a seguir para trazar objetivos claros acompañados de estrategias para buscar un mejor y mayor flujo de visitantes a la página Web, después de observar, indagar y buscar por que la pagina Web no está presentando un buen trafico de visitantes se llego a la conclusión que se debe cambiar su imagen que ha venido funcionando hasta el momento, así como también sus contenidos, y la creación de un concurso de fotografía que permita a los usuarios interactuar y aportar a la página Web, estos cambios son fundamentales para el fortalecimiento de la marca como tal, pues uno de los puntos clave es un portal en Internet, que permita dar a conocer todo lo relacionado con la marca como tal, y esta es una forma masiva de hacerlo, y para llamar la atención de los visitantes hay que hacerlo con ellos y para ellos.

Otro de los puntos que surgió en pro de fortalecimiento, fue el del programa de televisión, en cámara, el presenta un buen contenido, y es visto por los televidentes, solo hay un punto que se debe modificar y es la imagen del programa, teniendo en cuenta que esta parte de la ausencia de un set que caracterice el programa, el programa se realiza en la entrada a la cámara de comercio de Pereira, y la presentación del programa y sus invitados no es de calidad, debido a que no se tiene claro el concepto de imagen, en este caso la elaboración de un set de grabación o una nueva imagen para el programa es fundamental, para que los televidentes se den cuenta que el programa cada vez toma mas forma.

La relación entre el programa y la marca PEREIRA TU CIUDAD, resulta mucho más compleja de lo que parece, pues ambos van de la mano siendo así uno amigo del otro, teniendo en cuenta que si la marca necesita darse a conocer, el primer medio en Hacerlo es en el programa en cámara, y como hacerlo sin saturar al público, dentro del nuevo set se incluirá la imagen de la marca para que la gente se familiarice con ambos el programa y la marca.

1. Presentación de la organización o sitio de práctica:

1.1 Análisis del micro ambiente:

Reseña histórica:

Su fundación la decretó el Ejecutivo nacional, a través del Ministerio de Industrias, el 18 de febrero de 1926. Unos días después el 3 de marzo de 1926, en los Salones del Club Colombia, por convocatoria directa del señor alcalde, Elías Restrepo, y por insinuación del Presidente y Secretario de la Liga del Comercio, los comerciantes pereiranos agremiados en dicha asociación, se reunieron con el propósito de elegir la Primera Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Pereira.

Don Manuel Mejía R., Jesús Cano M., Nepomuceno Vallejo Echeverri, Henrique Drews (así figura en acta), el doctor Mejía Marulanda, Don Ricardo Escobar L., José A. Londoño, Jorge Aristizábal y Alonso Valencia Arboleda, fueron los integrantes de esa primera Junta, Al día siguiente, el 4 de marzo de 1926 se eligió, mediante votación secreta, como lo indica la ley y permanece la costumbre, el Primer Presidente de la Junta de la Cámara de Comercio de Pereira Don Nepomuceno Vallejo Echeverri, con un total de 7 votos. La mesa Directiva quedó además conformada por don Jorge Aristizábal, Primer Vicepresidente y don Jesús Cano M, segundo Vicepresidente.

La necesidad de información comercial provocó que la naciente entidad adelantara un censo para establecer mediante cuántos establecimientos mercantiles sostenían para entonces, en todo el departamento de Caldas, (para la época lo que es hoy Caldas, Quindío y Risaralda), relaciones comerciales con la municipalidad de Pereira, censo que se hizo en alianza con la Liga del Comercio.

De acuerdo con la historia los primeros Registros Públicos de Comercio se obtuvieron hacia el años de 1927, luego de ser adelantado el censo comercial de Caldas.

FABIO AMAYA POSADA PRIMER PRESIDENTE EJECUTIVO

En 1972, con la llegada de Fabio Amaya Posada su Primer Secretario Ejecutivo, la entidad nuevamente comienza a recuperar el prestigio de sus orígenes y empieza a notarse el nuevo liderazgo a la Cámara de Comercio de Pereira.

Entre muchas otras grandes actuaciones de este experto en derecho Comercial, la entidad entró en un nuevo régimen de organización mercantil y desde allí logró consolidar una imagen de seriedad, prestigio y respeto en los ámbitos local, regional y nacional. El trabajo comprometido y constante hizo que el Comité Intergremial de Risaralda, creado por el propio Amaya Posada, durante su último año de dirección en FENALCO, llegara a ser coordinado desde la Cámara de Comercio de Pereira.

LA ÉPOCA DE CÉSAR ALBERTO SALAZAR

Luego de 20 años de labor y luego de una total reestructuración administrativa que lleva la creación de cuatro grandes áreas de trabajo, conocidas como Direcciones de Departamento asume la Presidencia Ejecutiva César Alberto Salazar Duque, en reemplazo de Amaya Posada.

Durante la presidencia de Salazar Duque, se abre camino el más ambicioso proyecto en el que se comprometió la entidad, la construcción del Centro Internacional de Exposiciones de Pereira CINEX. Fue en su administración cuando se adquirieron los terrenos, que luego de la reestructuración del proyecto, sirvieron para la construcción del Centro de Exposiciones Ferias y Convenciones Expofuturo.

IVÁN MARULANDA GÓMEZ

Asume en 1998 el ex alcalde y ex senador de la República, Iván Marulanda Gómez, quien durante su gestión y a raíz del terremoto del 25 de enero de 1999 conformó, junto con Comfamiliar Risaralda, la Fundación Vida y Futuro, la más eficiente y transparente ONG en el proceso de reconstrucción del Eje Cafetero.

A través de dicha fundación se administraron más de 150 mil millones de pesos que le permitieron a la gran mayoría de los damnificados del evento telúrico, recuperar sus viviendas y negocios y a la comunidad, sus hospitales, colegios, vías y empezar un nuevo camino después del desastre natural.

MAURICIO VEGA LEMUS

A partir de febrero del 2001 bajo la presidencia del abogado y ex alcalde de Pereira Rodrigo Ocampo Ossa, asume la presidencia ejecutiva el abogado pereirano, Mauricio Vega Lemus, quien con sólo 25 años toma las riendas de la más importante entidad de la Región y se convierte en el directivo gremial más joven del país.

Bajo su presidencia se revivió un viejo anhelo de la comunidad pereirana, cual era el de tener un centro de convenciones y exposiciones. Luego de tres años de luchas y de desenmarañar jurídicamente el malogrado CINEX, nace Expofuturo, un proyecto que abrirá sus puertas en junio de 2005.

Con Vega Lemus la Cámara de Comercio de Pereira entra en un proceso profundo de reestructuración para beneficio de la comunidad empresarial de Risaralda el cual se inicia con la construcción de un Plan Estratégico a 4 años, que permitió consolidarla y adaptarla a los nuevos modelos de administración y desarrollo, propios de una entidad en permanente evolución.

Se creó la ventanilla Única, servicio que le permite a los nuevos empresarios reducir los trámites para abrir su empresa de 50 días a sólo 8 y en un sólo paso. También se celebraron convenios con las notarías y la DIAN para realizar servicios de manera conjunta y evitarle a los usuarios tener que estar de oficina en oficina.

ERIC DUPORT JARAMILLO ACTUAL PRESIDENTE

En el año 2005 la Cámara de Comercio de Pereira, toma un nuevo rumbo de la mano del abogado Pereirano, Eric Duport Jaramillo, quien fue elegido de manera unánime por la Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Pereira, como presidente ejecutivo de la entidad gremial, en reemplazo de Mauricio Vega Lemus.

Duport Jaramillo, inició labores el 15 de mayo de ese año y tuvo a su cargo la inauguración del centro de Exposiciones, Ferias y Convenciones, Expofuturo, un proyecto que luego de muchos tropiezos y dificultades se convirtió en una realidad con la que habían soñado los pereiranos y risaraldenses durante muchos años.

El 30 de junio de 2005 se abrió al público este gran recinto con la Asamblea General de Afiliados de la Cámara de Comercio de Pereira. EXPOFUTURO, obra que llevó a cabo la Cámara de Comercio de Pereira, con recursos propios, se convirtió en el más importante recinto ferial del sur occidente colombiano, gracias a la estratégica posición de Pereira y la vocación comercial, ferial y de grandes eventos que tiene la capital risaraldense.

La inversión hasta la fecha supera los 6 mil millones de pesos y durante sus 10 meses de construcción se generaron alrededor de 200 empleos lo que se convierte en otro gran aporte de la Cámara de Comercio al desarrollo económico y social de la región.

La Nueva Administración de la Cámara de Comercio llevó a acabo la renovación y consolidación de su plan estratégico corporativo, que incluyó 4 líneas estratégicas Excelencia Organizacional; Risaralda Integrada y Competitiva; Formación para el Desarrollo y Servicio Empresariales.

En este 2006 la entidad le ha apuntado a la capacitación con más de 70 programas diferentes y al Centro Integral de Apoyo al Empresario donde los comerciantes y empresarios tienen la posibilidad de encontrar en un sólo lugar todos los servicios necesarios para la constitución o creación de su empresa o para consultar y recibir asesoría especializada en diversos temas.

LAS GRANDES OBRAS

En 1976 y con motivo de sus cincuenta años, la Cámara de Comercio de Pereira celebra doblemente con su Cincuentenario, la inauguración de su sede en la carrera 7ª y de paso el primer centro comercial de la ciudad, hoy conocido como Edificio del Comercio o la Cámara Vieja como le conocemos los pereiranos.

En 1984, la Cámara de comercio de Pereira aporta al mayor complejo hotelero de la ciudad, en su historia reciente, el Centro de Convenciones Cámara de Comercio de Pereira.

Para 1988, bajo la presidencia de la Junta de César Alberto Salazar Duque, el proyecto de construcción de una nueva sede toma auge, tras la negociación de los terrenos donde funcionara en el pasado la planta de confecciones Valher.

Siendo Presidente de la Junta el señor Rodrigo González Gaviria, es inaugurada la nueva sede en 1992, por el señor Presidente de la República, doctor Cesar Gaviria Trujillo.

En el 2001 bajo la presidencia del abogado y ex alcalde de Pereira Rodrígo Ocampo Ossa, y como presidente ejecutivo el abogado pereirano, Mauricio Vega Lemus se revivió la idea de tener un centro de convenciones y exposiciones. Luego de tres años de luchas y de desenmarañar jurídicamente el malogrado CINEX, nace Expofuturo, un proyecto que abrió sus puertas el 30 de junio de 2005, bajo la presidencia del actual Presidente Ejecutivo, Eric Duport Jaramillo.

MISIÓN

Somos una organización privada, de carácter gremial, sin ánimo de lucro, que representa el sector empresarial y a la comunidad en general. Cumplimos con las funciones delegadas por el gobierno.

Trabajamos con motivación y dinamismo, generamos espacios de asociatividad y apoyamos de manera integral a los empresarios para cabal cumplimiento de nuestro compromiso con la región.

Por que el desarrollo de Risaralda y los empresarios son nuestra prioridad.

- Trabajamos con dinamismo y motivación

Todo el personal de la Cámara de Comercio de Pereira debe estar comprometido e identificado con la visión de la Entidad, trabajando con pasión por un norte común, para lograr así el cumplimiento del plan estratégico.

- Generamos espacios de Asociatividad

Realizar convenios y alianzas estratégicas con Entidades Públicas y privadas, uniendo esfuerzos económicos, logísticos y sociales, para llevar a cabo proyectos y programas de alto impacto que produzcan beneficios para nuestros empresarios y la sociedad en general.

Liderar y propiciar espacios para que los empresarios puedan trabajar unidos en la ejecución de proyectos y negociaciones, que le generen ventajas frente a un mercado competido y globalizado.

- Apoyamos de manera integral a los empresarios

Superar las expectativas de nuestros nuevos y actuales comerciantes, ofreciendo orientación, asesoría, capacitación y servicios que generen un valor agregado a los empresarios registrados; contribuyendo a que sus proyectos e ideas se conviertan en realidad.

- Cabal cumplimiento de nuestro compromiso con la región

Con el desarrollo de los objetivos antes mencionados y el oportuno logro de las metas establecidas, estamos seguros que cumpliremos satisfactoriamente el plan estratégico de la Entidad, el cual comprende nuestro total compromiso con la Región.

VISIÓN

Nuestra pasión por la región nos convertirá en una organización respetada y apreciada por los empresarios y la comunidad en general.

- Nuestra pasión por la región

Cuando hablamos de nuestra, estamos hablando de la Cámara como institución, el equipo de trabajo y el sentido de pertenencia de ambos con Risaralda; El sentimiento de amor por la región, unido al deseo de sacarla adelante, se traduce en pasión. Esto unido a la campaña de Proexport de marca país, “Colombia es Pasión”, con miras a los proyectos de internacionalización del departamento.

- Nos convertirá en una organización respetada y apreciada por los empresarios y la comunidad en general:

Esta segunda frase, es el resultado del trabajo con pasión que hacemos por la región. Los proyectos y programas que desarrollamos en pro del mejoramiento de los empresarios y la comunidad en general, hacen de la Cámara una organización apreciada por este grupo de personas. El respeto será ganado gracias a la independencia con la que trabaja por la región, al reconocimiento y posicionamiento de la entidad, de sus programas y de su equipo humano.

VALORES

- COMPROMISO

Sentir como propio los objetivos de la organización. Apoyar y ejecutar decisiones ajustándose por completo con el logro de los objetivos comunes. Cumplir con las metas tanto personales como profesionales y dar lo mejor de sí para beneficio de toda la organización. Actuar con liderazgo, iniciativa y con predisposición a emprender acciones, creando oportunidades para mejorar resultados.

“Nadie está obligado a comprometerse, pero una vez comprometido esta obligado a cumplir”.

- RESPONSABILIDAD

Es cumplir con lo prometido, es asumir las consecuencias de nuestras acciones y decisiones. Ser responsable también en asumir que todos nuestros actos sean realizados de acuerdo con una noción de cumplimiento del deber en todos los sentidos.

- HONESTIDAD

Obrar con rectitud. Actuar con integridad, lo que incluye capacidad de comunicar las intenciones, ideas y sentimientos abierta y directamente en pro de la organización y hacer un uso correcto de sus bienes y recursos de la entidad.

- RESPETO

Es la capacidad de exigir los derechos o deberes y exponer los puntos de vista sin agredir y sobrepasar los límites de los demás; es una forma de reconocimiento, de aprecio y de valoración de las cualidades de los demás, ya sea por su conocimiento, experiencia o valor como personas.

- CIVISMO

Participar activa y desinteresadamente de una meta común, cuando la colaboración conduce a un objetivo que no está directamente relacionada con el interés personas y organizacional.

- LEALTAD

Obrar consecuentemente con los valores de la organización, respetando los procedimientos, las políticas y acentuando el compromiso al interior de la entidad.

LÍNEAS ESTRATÉGICAS DE LA CÁMARA DE COMERCIO DE PEREIRA

- ✓ Excelencia Organizacional
- ✓ Risaralda Integrada y Competitiva
- ✓ Formación Para el Desarrollo
- ✓ Gestión Empresarial

NÚMERO DE TRABAJADORES

Las personas que conforman el equipo de trabajo se dividen de la siguiente forma: Total empleados 110 de los cuales el 90%, es decir 99 funcionarios son de planta, el 2.73%,es decir 3 funcionarios son aprendices y el 7.28%, es decir 8 funcionarios son practicantes universitarios. En la actualidad por estar en la jornada de registros, hay 22 funcionarios temporales, que trabajan durante los meses de Febrero y Marzo.

ÁREAS CON QUE CUENTA LA ORGANIZACIÓN

- Registros
- Promoción y desarrollo
- Centro de arbitraje y conciliación
- Secretaria General
- Gestión humana
- Control, Interno y calidad
- Administrativo y financiero
- Expofuturo

FUNCIONES DEL PRACTICANTE DENTRO DE LA ORGANIZACIÓN:

- Realización y divulgación de boletines de prensa

-Colaboración y participación en la grabación del programa Cámara de Comercio de Pereira

Transmitido por el canal UNE los martes a las 9:30 pm

-Cubrimiento de eventos realizados por la entidad.

-Actualización constante de la página Web, en cuanto a su contenido.

- Colaboración y participación en el programa radial, el cual se realiza todos los viernes por 1430 a.m.

-Actualizar en contenido, noticias y eventos la página de Pereira tu ciudad.

2. Papel del comunicador:

De igual forma, aún cuando no puede negarse que las Escuelas de Comunicación preparan egresados que se insertarán en campos profesionales más allá de los medios de comunicación y la publicidad, el imaginario de los empleadores suele mantenerse en dichos campos. Es decir, ubican a los comunicadores trabajando en los medios ,en el mejor de los casos en la publicidad y no lo identifican en una empresa, sea cual sea su carácter. Aunado a esta perspectiva, es creciente el número de empleadores que, conociendo las características y la formación del comunicador, reconocen que no está dotado de los conocimientos, competencias y habilidades requeridas para formar parte de su empresa, por lo que prefieren contratar a egresados de otras licenciaturas. En suma, en el imaginario de los empleadores los comunicadores o están en los medios campos o simplemente los ubican fuera de su empresa. Citado de diálogos de la comunicación, imaginarios de la comunicación Claudia Benassini pág. 42.

Tal y como lo señala la autora es muy deprimente ver como muchas organizaciones hoy día aun siguen con el imaginario de confundir las profesiones y los roles desempeñados equívocamente, es necesario identificar que cada profesión desprende un interés particular, que nunca una profesión puede hacer lo que otra establece, las empresas deben saber que no es cuestión de ahorrar costos, ni decir que hay un empleado que se le mide a todo y le sale bien lo que hace, por que para eso se va a una escuela que potencialice e identifique lo que cada persona puede desarrollar de acuerdo a su carrera, por eso cada carrera es exitosa en su parte, de ahí que el comunicador hoy día más que en otros tiempos , en la sociedad de la información y el conocimiento, es fundamental la tarea del comunicador en las empresas, ya que para estas el crear o tener un área o departamento de comunicaciones ya que el comunicador es aquel encargado de informar desde el nuevo producto o proyecto que tiene la empresa, las normatividades, entre otras, tanto como la comunicación y difusión en internet,radio,prensa,televisión,el comunicador es quien puede y debe encargarse del manejo correcto de la información para con los medios mencionados.

Anthony Smith en su libro *Goodbye Gutenberg* cuando afirmaba que "las nuevas tendencias de la sociedad informatizada obligarán a grandes esfuerzos de reestructuración en el trabajo y en los métodos de organización de los medios de comunicación periodística, y quien no sepa estar a la altura de las nuevas circunstancias no hará de verdad algo que merezca ser llamado periodismo/1Citado por Martínez Albertos, José Luís en *Curso general de redacción periodística*. Barcelona; Mitre, 1983. Pág. 396.

Es por eso que el comunicador social periodista dentro de las empresas hace un papel necesario, en donde sus múltiples funciones deben estar a la vanguardia de todo lo que el mundo de la comunicación ofrece a sus múltiples públicos, en donde no solamente informa,recrea,influencia a la colectividad de la información, redacta para diferentes medios y dependencias,artículos,noticias,reportajes,entrevistas,y además es el encargado de realizar estudios que le permitan la creación y ampliación de condiciones favorables en el fortalecimiento de marca, e imagen, de manera original y eficaz.

El planificar de forma ordenada y coordinada programas de organización de eventos en todo sentido desde la parte logística hasta su ejecución, en donde las relaciones publicas dentro de la entidad y otras empresas es optimo, en el caso de la cámara de comercio de Pereira, el papel del comunicador hace puente directo entre la ciudad, los empresarios y la entidad, ahora mas que contar el papel del comunicador es mejor preguntar, ¿es importante que su empresa tenga un comunicador social periodista,)

3. Diagnostico del área de intervención:

Para poder obtener la respuesta a mis diferentes incógnitas de cual iba ser mi objetivo a seguir dentro de la practica utilice 2 instrumentos que como periodista, me han ayudado a reconocer rápidamente falencias dentro de varios parámetros, en este caso fueron la entrevista, y la observación, las cuales me ayudaron a reconocer que las falencias radicaban en el fortalecimiento, puesto que se ha venido realizando un buen trabajo ara mejorar los diferentes aspectos que ahora he enmarcado dentro de mi plan de ejecución a modificar de forma real, esos 2 instrumentos me permitieron hablar con las partes interesadas en que la pagina Web tenga el trafico de visitas que se merece por ser un portal interesado en mostrar la ciudad, y por medio de observación pude encontrar la falencia en cuanto al set de grabación e imagen del programa en cámara, el cual se va a realizar un cambio.

4. Eje de intervención:

Los ejes seleccionados, para poder llevar a cabo los objetivos trazados en el fortalecimiento de marca y cambio de imagen fueron 2, Marca e Imagen.

Marca, para poder definir el camino a seguir en cuanto la marca PEREIRA TU CIUDAD, con su página feb, la cual requiere un cambio de contenido ,que es bueno pero se puede masificar y entrar con variedad, porque la ciudad está en constante movimiento y los usuarios deben conocer cuáles son esos movimientos que la ciudad hace, y que involucran a sus habitantes y visitantes, la imagen de la pagina Web, es necesario cambiarla para que los usuarios y visitantes identifiquen cambios positivos en pro de la pagina.

El programa de televisión también requiere un cambio de imagen, para que los televidentes tengan mayor recordación al ver el programa, y sobretodo el fondo que se ve cuando se está grabando es el que hay que cambiar, se graba en la parte de la entrada de la cámara de comercio de Pereira, y quedan todas las personas que pasan, entonces es

necesario cambiar de imagen, de fondo, y un set para los invitados, y entrevistados en donde se conserve una línea de producción.

5. Justificación del área de intervención:

Son importantes los ejes de intervención a desarrollar, tanto para la organización, como para usuarios y público en general.

La importancia de tener una buena imagen es total, sabiendo que de allí s desprende una identidad, en este caso hablamos de un marca que recibe el nombre ed PEREIRA TU CIUDAD,en donde se ven identificados empresarios y personas que están dentro y fuera de la ciudad, en dónde nos unimos y nos sentimos que todos pertenecemos a un mismo llamado, en este caso para poder conocer lo que está pasando con la marca uno de los mayores accesos que se tiene a ella, es la pagina web, lo usuarios de las páginas web, son muy exigentes y lo que más le llama la atención a un usuario es encontrar información, nueva, constante, y real, además de eso poder participar activamente con la misma, es por eso que dentro de el fortalecimiento, y en esa búsqueda del cambio de imagen se abrirá la convocatoria de un concurso en donde los participantes sean quienes busquen la imagen de lo que para ellos es Pereira, en una foto plasmaran lo que Pereira es en cualquier hora del día, y la foto ganadora estará en la página web por un buen tiempo, y así conoceremos como es la percepción de las personas acerca de sus espacio territorial.

Dicho concurso es un campo que se abre a la interacción de los usuarios con la página.

El programa de televisión presenta muy buena información, y tiene muy buenas secciones en donde los invitados son de gran interés para los empresarios y público en general de la región, lo único es que cuando se tiene un invitado, no hay un punto fijo de entrevista, y el fondo del entrevistado puede ser cualquiera, la idea es cambiar eso desde el fondo de la presentación del programa, hasta el del os entrevistados, la idea es buscar imágenes que estén acordes con la ciudad, que

cuando el televidente encienda su televisor y ubique el programa en cámara, le guste lo que ve, colores, fotos de la ciudad, y sobretodo que desde el programa reconozca la Marca de PEREIRA TU CIUDAD.

6. Referente teórico:

Para poder tomar decisiones a la hora de intervenir en cualquier campo, o querer plantear objetivos claros a la hora de modificar ciertos puntos referentes a un tema, es necesario tener una base conceptual estructurada, la forma concreta de encontrarlo es buscar soporte en aquellos que han pasado parte de su vida escribiendo acerca de los temas que para nosotros aun son incógnita o simplemente están sin resolver, o tenemos dudas de cómo hacerlo, tomar un tema y buscar modificarlo resulta sencillo, pero hay quienes ya han encontrado caminos concretos y han encontrado respuestas a muchas dudas, es por eso que muchos autores son la herramienta guía para nosotros los que iniciamos un camino extenso a la hora de plantar nuevos objetivos y hacer inmersión en el extenso mundo de la imagen y marca, estos dos puntos resultan fáciles de nombrar, pero cada uno son complejos, y no se puede caminar en falso sobre cada uno de ellos, es por eso que en esta ocasión Joan Costa en unos de sus importantes apuntes, describe algo muy cierto acerca de la imagen.

COSTA, Joan: "La comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de gestión". Paidós, Barcelona, 2001.

“En la actualidad, la palabra imagen está siendo utilizada para definir gran cantidad de cosas o fenómenos.

Esto es debido, principalmente, a la polisemia del término, y se puede comprobar en los espacios dedicados a imagen en las enciclopedias o diccionarios, en los que podemos encontrar diversas definiciones.

Esta profusión de significados ha hecho que su utilización en el ámbito de la comunicación de la empresa también fuese confusa y prueba de ellos es la gran cantidad de expresiones acuñadas en ese campo y que queda reflejada en la literatura sobre el tema.” "La comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de gestión". Paidós, Barcelona, 2001.

Bien cierto resulta al analizar cada una de las palabras que encontramos en el apunte de Joan Costa en donde claramente hace una agrupación de varias expresiones en donde resalta la imagen grafica, imagen visual, imagen de marca, teniendo en cuenta así que el problema no resulta ser la cantidad de expresiones, sino el modo de utilizar a cada una de ellas, ya que no siempre van de la mano a lo que realmente busca una organización en cuanto a imagen.

Por esta razón, se hace necesaria una clarificación de la expresión imagen, no a nivel etimológico, sino más bien en cuanto a su necesidad.

En este caso la imagen de un programa de televisión y una marca que requieren de cambios para llevar acabo un fortalecimiento de lo que hasta ahora ya esta posicionado ambos en su mercado, audiovisual y escrito.

Así Joan Costa define la imagen como " la representación mental, en la memoria colectiva, de un estereotipo o conjunto significativo de atributos, capaces de influir en los comportamientos y modificarlos". Este autor tiene como referencia la teoría psicológica de la percepción de la Gestalt y el modelo de comunicación de Shannon y toma como punto de partida el concepto gestáltico de la percepción. , Joan: "La comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de gestión". Paidós, Barcelona, 2001.

Los puntos de vista de los diferentes autores son importantes y necesarios, es muy valido tener en cuenta varios autores y diferentes conceptos teniendo en cuenta que cada uno de ellos esta en pro del buen manejo de la imagen de las organizaciones y suministrar lo necesario para que la búsqueda de una mejor imagen sea el resultado esperado por quien lo requiere.

Moles, señala que la imagen es "un soporte de la comunicación visual que materializa un fragmento del mundo perceptivo" o sea "lo que se ve" de una empresa o de una persona.

En el campo de la empresa esta noción se pone de manifiesto en el estudio de todo lo relacionado con los elementos de su identidad visual: el símbolo, el logotipo y la tipografía corporativa, los colores corporativos. También en la aplicación de la identidad visual a través del diseño gráfico, audiovisual, industrial, ambiental, arquitectónico RRPP NET PORTAL DE RELACIONES PUBLICAS IMAGEN CORPORATIVA.

Encontramos otro punto de vista que no se sale de lo ya mencionado, en donde cada vez se afianza mas, que la imagen en definitivas, es lo que de primera impresión se ve reflejado de una empresa, programa o pagina Web, la imagen es la carta de presentación para quienes deciden prestar atención a los diferentes tipos de productos y depende de una imagen, que se venda ante los ojos, para luego ser consumidos en el reñido mercado de lo visual.

La imagen corporativa se ha convertido en los últimos años en un valor diferencial para las organizaciones y un elemento clave para lograr el éxito empresarial. En un mercado altamente competitivo, acelerado y con una marcada tendencia a la homogenización de los productos y servicios, la imagen corporativa constituye uno de los aspectos más importantes para que las organizaciones puedan lograr una diferenciación competitiva que les permita lograr nuevas metas y los objetivos finales que se han propuesto. Capriotti Paul, planificación estratégica de la imagen corporativa, editorial Ariel, serie Ariel Comunicación, Barcelona, España,pag 254, edición numero 2.

Apoyando las diferentes teorías en estos tiempos de modernización y alta definición en imagen tanto audiovisual como fotográfica o en Internet, es necesario aplicar cada uno de estos conceptos claves y hacer una unión de los conceptos, para así lograr un excelente desarrollo de los puntos establecidos en el proceso de la practica, no solo lo piensa el estudiante a la hora de tomar decisiones, sino que apoyado en las bases teóricas se termina de identificar y dar cuenta que no esta lejos de sus pensamientos y objetivos a cumplir, que definitivamente la imagen y la marca son sellos definitivos que

van ligados una buena imagen convierte a una marca en exitosa y su fortalecimiento en el mercado será total.

7. Objetivos:

7.1 Objetivo General:

Para Agosto de 20010 se habrá optimizado el proceso de interacción, participación y visitas a la página Web de Pereira tu ciudad,y para junio del 20010 la imagen del programa en Cámara habrá cambiado y especialmente la sección el invitado tendrá set de grabación.

7.2 Objetivo especifico:

- Incentivar a las personas de diferentes edades y distintas profesiones a que visiten y aporten a la página.web de PEREIRA TU CIUDAD.
- Que los televidentes sientan que el programa de televisión ahora tiene una nueva imagen que caracteriza a los empresarios, televidentes con la región.

Estrategia:

- Por medio de un concurso de fotografía buscar la interacción entre usuarios y la pagina Web.
- colocando imágenes de la ciudad de tamaño grande como fondo del programa, así se le dará una línea de producción y reconocimiento.
- al colocar imágenes de fondo de la ciudad y la marca PEREIRA TU CIUDAD, la gente hará puente entre ambos, el programa y la marca.

Táctica o actividad:

Actualizar la forma de programación, para que la página se encuentre fácilmente.

Objetivo especifico:

Conocer el público en general que visita la página, experimentar un tráfico estable de visitas en la página.

Tener en cuenta que lo que a las personas les gusta ver, es lo que los identifica con los diferentes productos.

Estrategia:

Realizar una base de datos y conocer quienes son los interesados en la página.

Táctica o actividad:

A las personas que visiten el portal, se les pedirá solo edad, y sexo para saber cual es el número de visitantes en edad y sexo, así se podrá saber que tipo de contenido es el que se debe registrar en la página.

Objetivo especifico:

Entregar a los usuarios el contenido necesario para que se sientan identificados con la página.

Estrategia:

Realizar una base de datos y conocer quienes son los interesados en la página.

Táctica o actividad:

Se vinculará a los usuarios por medio de espacios donde puedan opinar y dar a conocer sus puntos de vista acerca de lo bueno y positivo de la ciudad, también, se hará un concurso de fotografía en donde se escogerá la mejor foto de la ciudad y la cual acompañará a la página Web.

8. Cronograma:

- SEMANA DEL 8 DE FEBRERO AL 12 DE FEBRERO 2010.

Esta es la semana de inducción, en donde conoceré todo lo relacionado con mis funciones dentro de la organización, cuales son mis compañeros de trabajo, mi jefe inmediato, las directivas de la organización, funciones, áreas con las que debo interactuar constantemente, en general todo lo que concierne a mi periodo de pasante en la organización.

Las funciones a desarrollar son varias en el transcurso de la semana he recorrido las instalaciones de la entidad, conociendo el personal que labora dentro de ella, y ubicándome dentro de este nuevo espacio el cual me genera confianza y nervios, pues es la primera vez que cumpliré horario de trabajo, y que empezare a desarrollar funciones acorde con mi carrera.

Después de conocer las diferentes funciones entre ellas, comunicado de prensa, programa radial, programa de televisión, comunicación interna, socializar información con los diferentes medios de comunicación.

También se inicio esta semana la convocatoria para el programa candidatos visibles, el cual será un espacio aportado a la democracia Colombiana y la mejor manera de dar a conocer, en igualdad de condiciones, a quienes aspiran ser los representantes de los ciudadanos en el próximo Congreso de la República..

La convocatoria consiste en ubicar con dirección, correo electrónico y dirección en donde se pueda hacer llegar información física para los aspirantes a Cámara y Senado, en este proceso se deben hacer llegar las respectivas invitaciones y confirmar la asistencia de los mismos al debate el cual se llevara a cabo el 23 de Febrero de 2010 en el auditorio de la Universidad Tecnológica de Pereira.

La convocatoria se inicio esta semana, en donde se me encargo ubicar la mayoría de aspirantes y hacer la difusión del evento.

- SEMANA DEL 15 DE FEBRERO AL 19 DE FEBRERO 2010.

Esta semana da inicio con el enfoque del programa Candidatos Visibles, que se aproxima y aún faltan candidatos por ubicar, las invitaciones ya están listas y solo falta ultimar detalles para que la convocatoria se haya hecho de forma correcta.

Toda esta semana estaré haciendo llamadas y buscando personalmente a los aspirantes, para que quede constancia de que si se hizo la labor de convocar realmente.

Ya se entregaron las invitaciones, se hicieron las llamadas correspondientes, y se puede identificar que la asistencia será muy buena, tal como se espera.

La correspondencia entregada personalmente certifica que todas se recibieron, de esta forma nadie puede decir que no supo, o que nunca le llego.

El proceso toma tiempo, pero de la organización previa depende el evento en su totalidad.

Otro de los medios de información con los que se inició el proceso fueron los boletines de prensa que se enviaban a los medios de comunicación, miembros de junta directiva de la Camara de Comercio de Pereira y personal de la organización. **(Ver apéndice A – Boletin de Prensa)**

- SEMANA DEL 22 DE FEBRERO AL 26 DE FEBRERO 2010

Esta semana se llevara a cabo Candidatos visibles, este espacio será un aporte a la democracia Colombiana y la mejor manera de dar a conocer, en igualdad de condiciones, a quienes aspiran ser los representantes de los ciudadanos en el próximo Congreso de la República.

La logística es toda, son mínimos los detalles por ultimar, pues el compromiso de los organizadores es fundamental y es optimo, se han hecho las últimas llamadas para saber quienes confirman su asistencia.

Candidatos visibles se realizara este martes 23 de febrero, en el auditorio de la facultad de medicina, de la Universidad Tecnológica de Pereira.

Confirmaron asistencia 20 aspirantes a la cámara de representantes de 26.

Aspirantes al senado confirmaron 7 de 11.

El evento se llevo a cabo con éxito total, la asistencia fue optima, los candidatos llegaron con puntualidad al igual que los encargados del evento, la grabación fue impecable, tanto organizadores como participantes sintieron el buen manejo y organización del evento, el cual se pudo notificar en cada una de las transmisiones por el canal Telecafé, durante 4 días.

Así es la difusión de los Boletines en los medios De comunicación, esta semana ya he realizado mas boletines de prensa hasta, recibiendo correcciones, hasta hacerlos de la forma correcta.

- SEMANA DEL 1 DE MARZO AL 5 DE MARZO 2010.

Esta semana se llevara a cabo la inauguración de la nueva sede de la Cámara de Comercio en el barrio Cuba, se debe difundir la información en los medios de comunicación, teniendo en cuenta que para los comerciantes es un gran paso a la comodidad, el Boletín de prensa debe ser difundido en la página Web, el programa de radio al igual que las notas del programa de televisión, serán enfocados en la inauguración de la nueva sede.

Esta semana también se hizo la elaboración de las cartas de agradecimiento a todas las personas que asistieron e hicieron posible Candidatos Visibles.

La función será similar a la convocatoria la idea es que lleguen las cartas a los medios de comunicación, realizadores y aspirantes al congreso de la Republica.

Otra de las labores importantes dentro de la empresa fue la elaboración y difusión de cartas de agradecimiento de candidatos visibles. **(Ver apéndice B – Carta)**

El programa de televisión que tiene la Cámara de Comercio de Pereira, se transmite los días martes a partir de las 9:30 p.m. por el canal UNE, esta semana el debate va de la mano, con la transmisión, y las notas van relacionadas con este periodo electivo, los boletines de prensa van relacionados con la información del debate. de prensa contando como fue la culminación del evento candidatos visibles, También se debe actualizar la página de Cine en Cámara, cambiando la película, y todo lo relacionado con la información de la película que se va a proyectar esta semana.

La información de la página de la Cámara de Comercio de Pereira, debe ser actualizada y lo que se envía en Boletines de prensa, también debe aparecer en la página, para mayor difusión de la información en los medios.

Se llevo a cabo la inauguración de la nueva sede, la cual fue un éxito, y me estrene como fotógrafo- en la parte periodística, con las fotos que tome se hará la portada de la próxima edición de la revista empresarial (adjunto la revista empresarial primer trimestre 2010) en donde claramente se ve mi participación.

- FECHA SEMANA DEL 8 DE MARZO AL 13 DE MARZO 2010.

Cabe resaltar que mis funciones establecidas hasta el momento son claras, la realización de Boletines de prensa, al igual que su difusión a los miembros de junta, medios de comunicación y funcionarios de la entidad, buscar las notas para el programa de televisión, es otra de mis funciones, al igual que ideas que quiera aportar para la optimización del mismo, como hay una sección dentro del programa que se llama el invitado, entonces la búsqueda de las personas que puedan invitarse al programa, también es parte de mis tareas.

En el programa de radio es importante conocer con anterioridad el tema que se va a tratar para poder formular las preguntas o apuntes que se pueden llevar a debate en el programa radial que es los viernes en la mañana.

Estas son algunas de las funciones establecidas, teniendo en cuenta que mi fecha de ingreso coincidió con varios eventos los cuales han contado con mi participación activa en la organización, logística y demás aportes que se pueden hacer desde mi perspectiva.

Esta semana se hará la difusión y promoción del evento que se llevara acabo en Expofuturo.

Ya he realizado mas boletines de prensa cada vez perfeccionando más la elaboración de los mismos.

Se ha concentrado la atención en todos los temas y tareas en la buena realización del evento.

Se está llevando con éxito esta versión del II Salón internacional del café, en donde se ha podido apreciar la buena participación

De las personas interesadas en conocer mas de este producto que nos caracteriza, une y tanto nos gusta y sobretodo nos llena de orgullo para mostrar.

Del evento también salaran notas para la revista empresarial al igual que para los otros programas.

- FECHA SEMANA DEL 15 DE MARZO AL 19 DE MARZO 2010.

Esta semana se pretende hacer una difusión masiva y efectiva sobre el tema de la renovación mercantil, en esta ocasión la participación del área de comunicaciones es total, la semana de renovación de matricula mercantil es muy importante para las Cámara de Comercio.

- SEMANA DEL 23 DE MARZO AL 27 DE MARZO 2010.

Esta todo listo para la última semana de renovación mercantil, la difusión de la información es total, esta semana tendré una reunión con las persona encargadas de la página Web Pereira tu ciudad, en donde acordaremos temas y cambios positivos para el flujo de visitantes a la página.

Aquí arrojare mis ideas de cómo se puede empezar a trabajar de forma diferente a como se ha estado haciendo hasta ahora.

- SEMANA DEL 29 DE MARZO AL 31 DE MARZO 2010.

Esta es la última semana de renovación mercantil, todo escara concentrado en el área de registros, en todo sentido.

Mi función es la de orientador, debo estar pendiente de aquellas personas que necesiten información, de cómo renovar.

Las otras funciones que corresponden van ligadas a lo que se esta haciendo en este periodo de renovación.

- SEMANA DEL 5 DE ABRIL AL 9 DE ABRIL 2010.

Se hizo el balance de la jornada de renovación, y se envió el Boletín informando como estuvo este año de renovación mercantil, en el programa de televisión

- SEMANA DEL 12 DE ABRIL AL 16 DE ABRIL 2010.

Esta semana se llevara a cabo el evento solo mujer 2010, en donde la invitación es para todas la mujeres de la ciudad, y que quieran asistir al evento, las notas del programa de televisión giran en torno al evento, de allí se sacaran notas y entrevistas, para el día del evento debo hacer la parte periodística, esta semana también se enviaran boletines de prensa y se hará el programa de radio.

- SEMANA DEL 19 DE ABRIL AL 23 DE ABRIL 2010.

El programa RUTAS es importante para lo micro empresarios de la región puesto que tendrán 2 opciones, la de fortalecimiento y la de formalización, entonces esta semana se estará haciendo inmersión sobre el tema para lograr su total difusión.

Esta semana se empiezan las bases del concurso de fotografía, para hacerlo realidad y empezar la interacción entre usurarios participantes y la pagina de PEREIRA TU CIUDAD.

- SEMANA DEL 26 DE ABRIL AL 30 DE ABRIL 2010

Esta semana inicia con todo el concurso escrito de la pagina web, el cual se espera sea aprobado.

1er Concurso de fotografía, PEREIRA TU CIUDAD 2010

PEREIRA TU CIUDAD. Es una estrategia de marketing territorial orientada a aumentar los flujos de comercio, inversión, turismo y cooperación desde y hacia la ciudad de Pereira y que hoy está plasmada en un documento que denominamos Mapa de City Marketing.

www.pereiratuciudad.com es la página Web de la marca, en donde se encuentra la información más relevante acerca de la Ciudad, en donde los visitantes al portal pueden conocer muchísimo más de la ciudad, en cuanto a noticias, eventos, sitios, y todo lo que la Ciudad tiene para ofrecer a sus visitantes y habitantes.

El primer concurso de fotografía PEREIRA TU CIUDAD 2010, quiere conocer como es la perspectiva de los jóvenes de su ciudad, como la ven de noche, de día, o a cualquier hora, como sienten la ciudad en donde pertenecen, como es que en una fotografía plasmarían lo que para ellos es su ciudad y de esa forma mostrarle a los demás como es Pereira hoy día desde la perspectiva del 2010.

OBJETIVO

El objetivo de este concurso es incentivar la participación en este espacio cuyo fin es el de conocer y dar a conocer a Pereira como la ciudad de todos y cada uno de los que hacen parte de este espectacular espacio territorial, y por medio de una fotografía mostrar los lugares mas representativos o lo que haga representativa a la ciudad por medio de esa imagen en su contexto.

Se trata de conseguir aumentar el interés por la Ciudad que nos rodea haciendo partícipes a todos: "proporcionar imágenes que puedan ser usadas por cualquiera en cualquier lugar y para cualquier fin". Mostrando así que Pereira es tu ciudad.

CONDICIONES

Las fotografías a concurso estarán sujetas a las condiciones de participación, licencias, uso y contenidos que se establecen para todas las fotografías que se incluyen en la página, y uso de la marca.

Podrán participar todas las personas mayores de 15 años, oriundos o residentes en la ciudad de Pereira.

En las fotografías presentadas se deberán indicar claramente los siguientes datos: título de la obra, lugar dónde se ha realizado la fotografía, nombre y apellidos del autor y correo electrónico.

Serán originales e inéditas y no estarán a la espera del fallo del jurado o habrán sido premiadas con anterioridad en otro concurso o certamen fotográfico.

Todo ello es responsabilidad exclusiva del participante, así como cualquier reclamación sobre derechos de autor.

COMITÉ DE ORGANIZACIÓN Y JURADO

El Comité organizador estará formado por Andrés Botero Molina, Director de comunicaciones de la Cámara de Comercio de Pereira, Natalia Sánchez Arias Asesora Comercial Pereira TU Ciudad, Natalia Hernández Jaramillo Coordinadora de mercadeo de la Cámara de Comercio de Pereira, Víctor Manuel Bedoya Practicante de comunicaciones de la Cámara de Comercio de Pereira.

El Jurado encargado de la selección de las fotografías del mes será nombrado por el comité organizador y estará formado por representantes de éste y aquellas personas que la organización considere oportuno.

El fallo del concurso se hará público la primera semana del mes de Agosto a través de la página Web www.pereiratuciudad.com,

Las inscripciones estarán abiertas hasta el día 10 de Junio del 2010, las cuales se harán en la página Web PEREIRA TU CIUDAD, LLENANDO EL FORMATO QUE ALLI ENCONTRARAN.

FOTOGRAFIA PREMIADA

Al finalizar el mes de Julio el Jurado seleccionará tres fotografías según los criterios de calidad técnico-artística siempre y cuando se hayan ajustado a las temáticas del concurso. De las tres preseleccionadas se elegirá la foto ganadora, la cual será la imagen de la página Web durante 4 meses. Y se darán los créditos necesarios al autor.

Se le hará una entrevista en el programa en Cámara en donde contara toda su experiencia desde el inicio para con el concurso, además del titulo que le otorga la marca PEREIRA TU CIUDAD como la imagen representativa de la Ciudad en el 2010.

En caso de empate en la votación popular corresponde a la organización del concurso dictar el resultado final.

El fallo del concurso es inapelable.

La participación en este concurso implica la total aceptación de estas bases.

Esta semana se termino lo que serán las bases para el concurso de fotografía, y esta todo listo para la nueva imagen del programa en Cámara.

- SEMANA DEL 3 DE MAYO AL 7 DE MAYO 2010.

Esta semana se cumple uno de los principales objetivos, trazados en la practica profesional, la imagen del programa en Cámara cambia, y gracias a su set de grabación, se utilizaran imágenes de la ciudad y se grabara en la oficina de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Pereira, el espacio es suficiente y el cambio es total, pasar de grabar en la entrada, a grabar dentro de un espacio cerrado y con las imágenes que van acorde con el programa y que al mismo tiempo se hace referencia a la marca, para que los televidentes empiecen a familiarizarse con la marca PEREIRA TU CIUDAD, debido a que una de las imágenes que mas sobresale es la de la marca.

Básicamente esta semana esta centrada en el cambio de imagen del programa, pues para traer el stand y organizarlo dentro de la entidad requiere tiempo, además se harán cambios dentro de la oficina de Comunicaciones, entonces es una semana de cambios positivos.

- FECHA SEMANA DEL 10 DE MAYO AL 14 DE MAYO 2010.

Esta semana será de mucho trabajo, el despliegue de información es total, se llevara a cabo la semana de la internacionalización en Risaralda, este congreso contara con la presencia del sr, Presidente Álvaro Uribe Vélez, quien abrirá el marco del congreso, se realizaran entrevistas de conferencistas y estudiantes dentro del evento y la información se utilizara para el programa de televisión y Boletines de prensa.

El 14 de esta semana se hace el cierre de inscripciones para aspirantes a la junta directiva y revisoría fiscal de la Cámara de Comercio de Pereira.

- FECHA SEMANA DEL 18 DE MAYO AL 21 DE MAYO 2010.

El programa de televisión estará de la mano con el Censo Empresarial el cual esta próximo a iniciar, por medio de este Censo se busca establecer la estructura empresarial del municipio de Pereira en los diferentes sectores económicos, así como determinar el potencial de comerciantes formales e informales que existen actualmente.

Los boletines de prensa estarán centrados en el censo empresarial y las elecciones de junta directiva y revisor fiscal, que están próximas.

- FECHA SEMANA DEL 24 DE MAYO AL 28 DE MAYO 2010.

Esta semana presentare de nuevo el programa de televisión, ya queda entonces el registro del antes y después del programa, en cuanto a imagen, también se hará énfasis en información, en lo que concierne a la jornada de conciliación del CAC, Centro de Conciliación y Arbitraje, se harán Boletines de prensa, relacionados con el tema del CAC, y con las elecciones de junta directiva.

Esta semana se dio inicio al Censo Empresarial, el cual se extenderá hasta el mes de Diciembre.

La nueva imagen de la página Web, se aprobó, solo falta ultimar detalles para utilizar la nueva imagen e institucionalizarla.

- FECHA SEMANA DEL 31 DE MAYO AL 4 DE JUNIO 2010.

Esta semana se llevaran a cabo las elecciones de junta directiva y revisor fiscal de la Cámara de Comercio de Pereira, en donde se concentra toda la atención en la jornada de elecciones, es un proceso fundamental para la entidad, y teniendo en cuenta que quienes eligen son los empresarios, donde el único requisito es que hayan renovado su matricula mercantil hasta el 31 de Marzo del presente año 2010.

Toda la información recolectada será utilizada para la difusión en los diferentes medios utilizados por la entidad, para mantener al tanto a usuarios, empresarios, y miembros de la entidad, con los resultados de la jornada electoral.

9. Presentación y análisis de resultados

Los resultados obtenidos en el proceso son óptimos, desde el comienzo se hablo de imagen y marca, este es el momento en el que el estudiante siente que su labor y desempeño dentro de la organización fue gratificante, con resultados, la imagen del programa se cambio y se puede notificar en los programas anexos, en donde el mismo estudiante estreno el set de grabación propuesto por el mismo, haciendo 2 presentaciones del programa en cámara, una para mostrar el antes y otra presentación para mostrar el después, también se anexa una entrevista del antes y una entrevista del después.

La imagen oficial de la página Web se cambio, se muestran los anexos de la propuesta del diseño y como era la pagina antes y como es ahora, también todo lo relacionado con el concurso que ya esta en marcha, y el contenido se modifico, todos los objetivos trazados se lograron con resultados reales.

9.1 metodología para el desarrollo del eje de intervención.

Las metodologías utilizadas fueron la entrevista, y la observación, las entrevistas fueron de forma informal en donde llegue a la conclusión que las cosas funcionaban, pero era el momento de un cambio ,en ambos proyectos ya en marcha, estas metodologías de diagnostico me permitieron el acercamiento real entre público consumidor, interesados, pautantes, y sobretodo personas que se convierten en usuarios del producto, pagina Web y programa audiovisual, el impacto fue la reacción de acogida en ambos cambios, los comentarios fueron positivos, y solo bastaba con escuchar los comentarios de las personas que identificaron claramente el proceso de cambio.

9.2 desarrollo del eje de intervención

En el proceso de cambio, es fundamental conocer el antes y después, que en este caso todo gira entorno a lo cualitativo, que se utilizo para dar fortalecimiento a lo que ya venia en curso, con el programa y la pagina Web, la importancia de cada uno se vio en la buena acogida y los buenos comentarios, tanto de las personas de la organización, como de los usuarios y televidentes, dando así por hecho que las ideas de los

practicantes tienen fundamento y se pueden realizar, con la ayuda de personas que están en pro de los buenos cambios,(jefe inmediato) ver apéndices 1, 2, 3, 4,

9.3 plan estratégico

Este punto va adjunto con el archivo, la parte de la imagen de Pereira tu ciudad, no la inclui por que las fotos ya las tenia el área de comunicaciones, solo era traerlas de expofuturo hasta la oficina, y la verdad no vale la pena ingresar lo en costos, es mas optimo el resultado, que los gastos.

El cambio de imagen de la páginas web no tuvo costo puesto que todo el diseño lo hice desde la oficina y con el equipo de comunicación, lo único que falta es hacer el cambio, y eso se debe a que la junta directiva de el aval para el cambio, lo que se aprobó fue el diseño, y no tuvo gasto alguno, lo que si tiene gasto es lo que especifico en la matriz anexa

9.3.1 a 9.3.5 Matriz anexa

(Ver apéndice C – Magnético)

9.3.6 OBSERVACIONES

Principalmente los problemas que se presentan durante la ejecución de las tácticas y tareas son de tiempo.

Conclusiones:

- La única y principal conclusión, es de suprema satisfacción, contar con el apoyo del jefe inmediato, y sobretodo encontrar una organización que este atento a lo que el practicante de comunicación plantea, con ese aval, es de mucho agrado trabajar y completar el proceso de aprendizaje.

- Otra de las conclusiones es que uno del plantel universitario esta ligado al papel de estudiante, y en la practica profesional es encontrarnos cara a cara con el mundo real, en cuanto a la parte académica es fundamental un buen tutor, que sea mas que un tutor un excelente guía, por que hay momentos de angustia, en donde el tutor es quien da esa voz de aliento para seguir adelante con el proceso, en mi caso mi jefe inmediato y mi tutor fueron parte fundamental para que mi proceso llegara a su culminación con éxito y satisfacción.

Recomendaciones:

La única recomendación que doy a nivel personal, es que la universidad conozca un poco mas del tiempo de disponibilidad del estudiante para con entregas y todo lo relacionado con informes académicos, que pueden ser reemplazados con hechos y resultados dentro de la organización.

Para el estudiante resulta complicado cumplir con muchas de las expectativas que la universidad en su plan de práctica plantea.

Apéndices:

Apéndice A - Boletín de Prensa:

Candidatos visibles

Pereira, 18 de febrero de 2010

Teniendo en cuenta el debate electoral que se avecina, para la elección del nuevo representante a la cámara y el senado, la Cámara de Comercio de Pereira, en unión con Telecafé, Une Noticias, Canal Une, 1 A Televisión, Emisora Remigio Antonio Cañarte, Universitaria Estéreo, Ecos 1360, Caracol Radio, RCN Radio, la Universidad Tecnológica y la Universidad Católica Popular del Risaralda, Corporación han considerado ofrecer a los candidatos de ambos partidos un espacio en televisión denominado CANDIDATOS VISIBLES, donde podrán exponer ante la telé audiencia de Risaralda sus propuestas para llegar al Congreso de la República.

CANDIDATOS VISIBLES se hará en 4 debates, en los que participarán los candidatos inscritos en la Registraduría. Cada debate tendrá 7 participantes a la Cámara y 11 al senado, se transmitirán en diferido en el mismo orden en que fueron grabados, por Telecafé, de acuerdo con la programación que ha hecho el canal.

Este evento se llevara a cabo el día 23 de febrero en el Auditorio de la facultad de Ciencias de la Salud de la Universidad Tecnológica de Pereira, la hora de Grabación fue asignada a cada candidato con previo aviso.

La emisión de cada debate será emitida por el canal tele café los días 24, 25,26 y 27 de febrero, a partir de las 7:00 p.m. hasta las 8:00pm

Les agradecemos ser muy puntuales, pues por cuestiones logísticas y de reglamento iniciaremos la grabación en el horario previamente anunciado a cada representante. y una vez iniciado el debate para el que fue citado, no habrá posibilidad de acceder a éste.

Cualquier información adicional con gusto será atendida en los teléfonos 3387815

Apéndice B – Carta:

Pereira, 02 marzo de 2010

Señor
CESAR AUGUSTO FFRANCO
CERROS DE LA TRAVIATA CASA D5
Candidato a la Cámara de Representantes
Ciudad

Respetado candidato:

La Junta Directiva de la Cámara de Comercio de Pereira y su Presidente Ejecutivo le agradecen haber aceptado la invitación a participar en el programa Candidatos Visibles 2010.

Este espacio es un aporte a la democracia colombiana y la mejor manera de dar a conocer, en igualdad de condiciones, a quienes aspiran ser los representantes de los ciudadanos en el próximo Congreso de la República.

Para Usted, y todos los colaboradores de su campaña gracias por su participación.

Sinceramente,

_____

ERIC DUPORT JARAMILLO

Apéndice C – revista empresarial

Índice

4 | La Cámara llegó a Cuba
6 | Un año de expectativas positivas
7 | El 2009 un año difícil en el clima de inversiones
10 | Exitoso primer año de vida en Colombia
12 | El Buen Gobierno Corporativo no es un tema de moda
14 | Junta de socios y asamblea ordinaria de accionistas
17 | Pereira: muchas facilidades para crear Empresas y hacer negocios
18 | Administración Integral de la Información
20 | El Cree más cerca de usted
22 | Aspectos relevantes de la ley de Insolvencia para personas naturales
24 | Pereira ¡Tu ciudad!
30 | Emisora Cultural de Pereira 20 años generando confianza y desarrollo social
32 | Pereira, más amarilla
35 | Si pierde los documentos
36 | Invertir en cultura: Una apuesta de desarrollo
37 | José Leonel Ortiz Vallejo Amigo del arte
40 | Todo un éxito el 2º Salón Internacional del Café
42 | Café, lo que debemos consumir
44 | Margarita, un ejemplo de consumo de nuestro exquisito café
46 | Destacados

Editorial

Con una positiva percepción de los empresarios de Risaralda comenzó el 2010, incluso, mostrándose el mes de diciembre del 2009 como el apalancador de esa confianza tan necesaria al comienzo del año para romper con una tendencia negativa que afectó al país y en mayor grado a nuestra economía local.

Con el fin de contribuir a la recuperación económica del departamento y de generar mayores espacios de crecimiento para nuestros empresarios, la Cámara de Comercio de Pereira le ha apuntado este año a diferentes proyectos, algunos de los cuales se desarrollaron durante este primer trimestre.

Durante los meses de enero y febrero, en alianza con la Corporación Ciudad Latente, desarrollamos el primer seminario dedicado a los Emprendimientos Culturales y las Industrias Creativas. Este espacio nos permitió conocer el potencial que existe en nuestro departamento a través de los grupos artísticos y los gestores culturales que participaron y con quienes asumimos el compromiso de crear una línea estrategia especial enmarcada dentro del Plan Estratégico Emprendedor de Risaralda.

Por otro lado, el día 3 de marzo le cumplimos a la ciudadela Cuba nuestra promesa de acercar la Cámara de Comercio al sector más populoso de nuestra ciudad. En pleno intercambiador del Megabús, en el corazón del barrio, montamos nuestra segunda oficina en la zona urbana de Pereira. Con el formato CAE, la Cámara ofrecerá todos los servicios de la oficina principal, promoviendo la formalización de más negocios y generando mayor confianza de la entidad con los empresarios del occidente de la ciudad.

Y para cerrar el trimestre realizamos con gran éxito la segunda versión del Salón Internacional del Café, con la participación de cerca de un centenar de expositores y 4.500 visitantes que conocieron más sobre este gran producto. Del evento debemos destacar no sólo los concursos de cafés y de preparación de cafés sino la postulación que hizo el gerente de la Federación de Cafeteros, Luis Genaro Muñoz para que Pereira sea la sede en el 2012 de la feria de cafés especiales.

De otro lado y como nunca antes les ofrecimos las mejores opciones a los comerciantes para cumplir con la obligación legal de renovar antes del 31 de marzo. 4 sedes de la Cámara de Comercio: Centro, Cuba, Belén de Umbría y La Virginia. Un convenio con la firma Apostar permitió que todos los comerciantes que recibieron el formulario prediligenciado pudieran pagar en cualquiera de las oficinas de esta reconocida empresa de juegos de azar. Renovamos también los convenios con 6 entidades bancarias y le sumamos a Coomeva Financiera. También ampliamos durante febrero y marzo las ventanillas de atención en la sede principal, con todos los servicios virtuales. Finalmente, como en los años anteriores, la renovación virtual a través de nuestro portal web, con toda la seguridad para realizar pagos desde internet.

Culminado este primer trimestre nuestras próximas metas serán de gran importancia para la institución, para el empresariado y para la región. Iniciaremos en el mes de abril el segundo periplo por China, a la feria de Cantón, acompañados por más de 40 empresarios locales.

Se le dará inicio también a un ambicioso proyecto, el censo empresarial que nos permitirá determinar entre muchas otras cosas, el grado de informalidad que vive la capital risaraldense y desarrollar estrategias conjuntas con las instituciones públicas y privadas para legalizar a nuestros empresarios.

A nivel interno daremos inicio a un nuevo proceso de planeación estratégica que nos permita visionar la entidad y prepararnos para los próximos años. Y para cerrar el primer semestre los empresarios elegirán los representantes de los comerciantes en la Junta Directiva de la Cámara de Comercio para el periodo 2010-2012.

Como pueden ver será también un trimestre lleno de actividades que adicional a las diarias tareas que desarrollamos se convierten en nuevos retos que estamos listos a asumir.

ERIC DUPORT JARAMILLO
Presidente Ejecutivo

Presidente Junta Directiva
Elkin Drews Castro

Vicepresidente Junta Directiva
César Augusto Arango Isaza

Miembros Junta Directiva
Beatriz Helena Mejía Londoño
Carlos Alberto Madrid Molina
Carlos Varón Echeverri
César Augusto Arango Isaza
Elkin Drews Castro
Felipe López Hoyos
Fernando Agudelo Velasco
Francisco Antonio Guzmán Cardona
Francisco Javier Sánchez Montoya
Germán Calle Zuluaga
Hernando Ramírez Jaramillo
Jaime Alonso Cárdenas Uribe
Juan Alejandro Ángel Arango
Luis Alfonso Trujillo Santacoloma
Luis Fernando Pulido Arango
Josué Caballero Olivar
Óscar Fernando Ojeda Sabogal

Revisora Fiscal
Consuelo Guarnizo Bárcenas

EQUIPO DIRECTIVO
Ana María Gómez Hincapié
Secretaria General
Liliana Álvarez Orozco
Directora Administrativa y Financiera
Daniel Arango Ángel
Director Competitividad Empresarial
Luz Enid Briceño Quintana
Directora de Registros
Luz Marina Gaviria Morales
Directora Centro de Arbitraje y Conciliación
Andrés Botero Molina
Director de Comunicaciones y Mercadeo
Gloria Mercedes Bolívar Gaviria
Líder Gestión Humana
Gloria Siriany Hernández López
Líder de Control Interno y Calidad
Ángela María Meza Mafla
Líder Servicios Empresariales

Redacción
Andrés Botero Molina
Víctor Manuel Bedoya

Colaboran en esta edición:
Juan David González Echeverry
Nathalia Sánchez Arias
Luis Alfonso Sandoval Pendomo
Luz Marina Gaviria Morales
Angela María Molina Castaño
Carlos Armando Uribe Fandiño

CAMARA DE COMERCIO PEREIRA
COORDINACIÓN, EDICIÓN Y FOTOGRAFÍA
ANDRÉS BOTERO MOLINA

PRODUCCIÓN Y COMERCIALIZACIÓN
Informar Publicidad
Calle 21 No. 10-47 Of. 206
Tels: 325 00 24 - 313 288 13 17

DISEÑO Y DIAGRAMACIÓN
visualgráfico
Cel: 320 788 20 59 - 314 658 93 27
email:visualgrafico@gmail.com

El Alcalde Isarel Londoño; el presidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Pereira Eric Duport Jaramillo; la secretaria de Hacienda de Risaralda (E) Luz Adriana Alzate Cruz; durante el acto inaugural.

LA CÁMARA LLEGÓ A CUBA

» El día 2 de marzo se realizó la inauguración de la Sede de la Cámara de Comercio de Pereira en el barrio Cuba y al día siguiente abrió sus puertas al público.

Esta sede está ubicada en el intercambiador del Megabús, al lado de las taquillas, lo cual hace que tenga una ubicación estratégica, toda vez que los usuarios que llegan en el Megabús, ingresan a la Cámara, hacen uso de los servicios y pueden volver a tomar el transporte con el mismo tiquete.

Esta oficina tiene el estándar del Centro de atención Empresarial CAE, es decir, en un único lugar, el nuevo empresario recibe información, orientación y acompañamiento en los servicios y trámites para la creación de empresa.

Adicionalmente se le brinda al empresario una asesoría integral, sobre las medidas legales y de seguridad que deben cumplir los nuevos establecimientos de comercio, al igual que una asistencia personalizada en la elaboración de la preinscripción del RUT ante la DIAN, la matrícula virtual, registro ante Industria y Comercio, verificación del uso del suelo, información de responsabilidades, obligaciones y exenciones tributarias, así como asesoría en registro de marca y antecedentes marcarios.

Así mismo, en esta sede se prestarán todos los servicios de la sede principal como son: venta de certificados locales y nacionales, renovación de comerciantes, inscripción de actos y documentos sujetos a registro de los comerciantes y Entidades sin ánimo de lucro, registro de mutaciones, compraventas y cancelaciones del registro mercantil, venta y registro de libros de comerciantes y Entidades sin ánimo de lucro e inscripción de proponentes.

Además contamos con una abogada quien brindará asesoría jurídica en temas registrales.

El horario de atención al público en esta oficina será el mismo de la sede principal, es decir de 8 a.m. a 4 p.m. en jornada continua.

« De izquierda a derecha El Alcalde Isarel Londoño; el presidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Pereira Eric Duport Jaramillo; la secretaria de Hacienda de Risaralda (E) Luz Adriana Alzate Cruz; la directora de registros públicos de la Cámara de Comercio de Pereira Luz Enid Briceño Quintanat.

Al finalizar su intervención en el acto inaugural el presidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Pereira dijo que de esta manera la Cámara de Comercio de Pereira le cumple a este gran sector, a sus comerciantes y a sus empresarios.

Padre Hernán Elías Peña, quien bendijo la nueva sede.

En la sede de Cuba están todos los servicios de la sede principal más cerca de los comerciantes y empresarios del sector.

JOSÉ LEONEL ORTIZ VALLEJO

AMIGO DEL ARTE

"La inspiración, no llega de buenas a imeras, son instantes nada más, sólo stantes, que no duran mucho tiempo".

Estas son palabras del maestro José Leonel Ortiz Vallejo, quien con sonrisa responde, a las preguntas cómo puede definir lo que es iración en el arte de pintar, de plasmar figuras con movimiento, a ora de hacer murales, cómo es el momento previo al dejarse llevar la inspiración y simplemente trazar líneas con forma?

Los murales del maestro son obras de arte, que se pueden obser- en algunas privilegiadas ciudades de Colombia que le abrieron puertas para mantenerlo entre ellos través de sus creaciones. Se cterizan por sus formas, y por las diferencias de conceptos, per- n recrear diversas situaciones, en donde la imaginación pura, es ue se hace presente en cada obra.

En el año de 1982 se pudo notificar por medio de un mural, que uevo maestro del arte estaba colocando su sello, esta vez en el cio del Palacio Municipal, en Santa Rosa de Cabal. De forma par- ar y original, la costumbre de ver pinturas, obras, dibujos en lienzo y cuadros, cambió al ver una pared con significado, encontrar un matiz diferente al entrarse al mundo de lo real, y así recrear diferentes temas, situaciones cotidianas, o lo que el don de la imaginación haga en ese momento.

"Mi carrera la inicié, en las Cámaras de Comercio, primero en Santa Rosa y luego en Pereira" así se refiere el artista al comentar los inicios de sus obras y su carrera como muralista.

En la Cámara de Comercio de Pereira, actualmente se pueden observar dos de las obras más importantes y reconocidas del maestro José Leonel. Como un hijo, las obras reciben un nombre con el cual se van a diferenciar de las otras, estas dos obras reciben el nombre de Industria y Comercio, donde los desnudos se hacen presente para demostrar el trabajo, el empuje, el compromiso de los que abrieron paso a esta pujante ciudad.

¿Por qué desnudos en los murales?, "porque era la forma de autoexigirme, además pintar personas con ropa es mucho mas fácil, que plasmar la anatomía humana, además la mayoría de murales son con ropa."

Efectivamente los desnudos del mural son expresivos sin llegar al mínimo punto de la vulgaridad, los desnudos no necesariamente indican la falta de pudor, por el contrario, pueden evidenciar otras ca-

racterísticas del ser humano, cuenta el artista santarrosano.

"Pintar un mural no es sencillo, toma tiempo, dedicación, y la originalidad debe hacerse presente en cada trazo, hay murales en donde la altura no es precisamente amiga de quien va a pintar, hay paredes curvas, donde la forma no es plana y presenta más dificultad a la hora de ser utilizada como mural, hay paredes donde la porosidad, no se deja pintar de la forma convencional", explica.

¿Por qué precisamente son estas paredes las que se utilizan para murales?la respuesta es menos complicada que pintarlas, estas paredes son los puntos estratégicos en donde se puede visibilizar de forma clara las obras de maestros como José Leonel, a quien le tocó pintar sobre esta clase de paredes, con un resultado esperado, el mejor.

"La única amenaza de estos murales son aquellas personas que prefieren no sólo observar, sino también tocar, teniendo en cuenta que las manos no siempre están en condiciones de tocar, y menos una pintura, aunque los terremotos no se quedan atrás, éste sí es un enemigo letal, pues es quien sin temor fragmenta estas obras, y la restauración es mucho más complicada que la obra inicial", sostiene. Al maestro le ha tocado vivenciar ambos enemigos y dice que no es grato ver que uno de sus hijos sea estropeado, pero más duele cuando lo hacen de forma mal intencionada.

La historia de los murales es viva, llena de recuerdos, de horas largas, hasta meses, en donde día a día se requiere de mucha valentía para llevar la mente y la imaginación a la mano, y así dar trazos correctos hasta dar forma a lo que en algún momento estuvo establecido, pero no concluido.

"Para mí, ser el muralista de la Cámara de Comercio, fue una gran satisfacción como muralista" José Leonel Ortiz.

JOSÉ LEONEL ORTIZ VALLEJO

FECHA Y LUGAR DE NACIMIENTO:
9 de marzo de 1929 Santa Rosa de Cabal.

FORMACIÓN ACADÉMICA
Instituto de Bellas Artes
Manizales Caldas 1946 -1949

EXPERIENCIA
Escuela Nacional de Bellas Artes Bogotá 1950 -1951
Estudios Suplementarios en talleres privados de Grabado al Agua Fuerte, Pintura al Fresco, y al Temple, Cerámica, Fundición a la Cera Perdida, Escultura. México 1957 -1959

EXPOSICIONES INDIVIDUALES
Colectiva - Galería Leo Matiz Avda. Jiménez, Bogotá 1951
Colectiva - Salón Cultural Sótanos Avda. Jiménez, Bogotá 1951
Colectiva - Salón Colectiva Asamblea Departamental, Manizales, Caldas 1952
Colectiva Pintores Colombianos, Caracas, Venezuela 1953
Colectiva - Biblioteca Nacional, Bogotá 1954
Colectiva Pintores Colombianos Palacio de Bellas Artes, Ciudad de México, 1956
Corporación Club de Ejecutivos, Pereira, Risaralda 1984
Organizador y Coordinador Exposición de Artistas Viejo Caldas 25 Aniversario Club Maipore, Santa Rosa de Cabal, Risaralda 1984
Presentación Colección de Obras Artistas Nacionales e Internacionales Colección Ce de Arte Actual Pereira, Risaralda 1984
Nacional de Seguros, Manizales, Caldas 1987
Facultad de Bellas Artes, Manizales, Caldas 1988
Internacional Colectiva de la Facultad de Derecho, Manizales, Caldas 1989
Galería El Talle, Pereira, Risaralda 1989
Centro Colombo Americano (Acuarela), Pereira, Risaralda 1996
Risaralda para Colombia - Salón Esmeralda Hotel Tequendama, Bogotá 1991
Artistas de Risaralda, Hall del Teatro Municipal Santiago Londoño Pereira, Risaralda 1991
Los Pioneros, Edificio Palacio Municipal. Santa Rosa de Cabal, Risaralda 1982
Los Molineros. Molinos Plus Ultra. Bogotá 1983
Homenaje a "Popayán en Ruinas". Bautisterio Iglesia Catedral Nuestra Señora de La Victorias, Santa Rosa de Cabal, Risaralda 1985
Los Misterios. Capilla Universidad Católica de Colombia, Bogotá 1987
Los Inmigrantes, Hoto! del café. Santa Rosa de Cabal, Risaralda 1988
El Hombre en Busca de una Utopía. Clínica Risaralda, Pereira, Risaralda 1990
Industria. Edificio Cámara de Comercio, Pereira, Risaralda 1991
Comercio. Edificio Cámara de Comercio, Pereira, Risaralda 1991
Construyendo El Enturo. Edificio Balcones de la Plaza, Santa Rosa de Cabal, Risaralda 1994
Proyección Heroica Edificio Torre Bolivar, Santa Rosa de Cabal, Risaralda 1997
Red Mágica. Edificio de Comunicaciones de TELESANTARROSA, Santa Rosa de Cabal, Risaralda 1998
Agua y Vida. Edificio EMPOCABAL, Santa Rosa de Cabal, Risaralda 2002
Obras de Caballete son aproximadamente dos mil, entre Dibujos, Acuarelas, Pintura Oleo: Hoy en poder de Particulares y en Colecciones Privadas.
Galería de retratos de ex gobernadores de Risaralda. Gobernación de Risaralda, 197

« De izquierda a derecha El Alcalde Isarel Londoño; el presidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Pereira Eric Duport Jaramillo; la secretaria de Hacienda de Risaralda (E) Luz Adriana Alzate Cruz; la directora de registros públicos de la Cámara de Comercio de Pereira Luz Enid Briceño Quintanat.

Al finalizar su intervención en el acto inaugural el presidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Pereira dijo que de esta manera la Cámara de Comercio de Pereira le cumple a este gran sector, a sus comerciantes y a sus empresarios.

Padre Hernán Elías Peña, quien bendijo la nueva sede.

En la sede de Cuba están todos los servicios de la sede principal más cerca de los comerciantes y empresarios del sector.

Apéndice D y E – Magnético

Bibliografía:

- Cámara de Comercio de Pereira (s.f) conociendo nuestra cámara recuperado el 23 de Marzo de 2010. De http.// www.camarapereira.org.co
- Documentos internos circulados en el interior de la organización.
- COSTA, Joan: "La comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de gestión". Paidós, Barcelona, 2001.
- Capriotti Joan: "La comunicación en acción: informe sobre la nueva cultura de gestión". Paidós, Barcelona, 2001.
- Capriotti Paul, planificación estratégica de la imagen corporativa, editorial Ariel, serie Ariel Comunicación, Barcelona, España,pag 254,edición numero 2.