



**CAMARA DE COMERCIO
PEREIRA**

Informe de práctica profesional

Apoyo al posicionamiento de la marca Pereira ¡Tu ciudad!

Natalia Delgado Rojas

Tutor:

Ángel Saúl Díaz Téllez

Comunicador Social Organizacional – Magister en Semiótica

Universidad Católica Popular del Risaralda

Facultad de Ciencias Humanas, Sociales y de la Educación

Programa de Comunicación Social –Periodismo

Departamento de Prácticas Profesionales

Pereira

Dedicatoria

Este trabajo lo dedico a la gente que compartió conmigo estos seis meses de práctica, gracias por un excelente tiempo de aprendizaje.

A Andrés Botero Molina, gracias por ser un Jefe, pero además ser un maestro. También por la paciencia y por enseñarme como es el mundo real, muy diferente a la academia.

Y a Natalia Hernández por ayudarme todo el tiempo, que bueno fue encontrarte en el camino.

Finalmente gracias a mi tutor, por la paciencia y por estar siempre dispuesto a resolver dudas.

CONTENIDO

Introducción.....	10
1. Presentación de la organización	12
<i>1.1 Micro ambiente:</i>	12
<i>1.2 Macroambiente</i>	24
2. Papel del comunicador social.....	25
3. Diagnóstico del área de intervención o identificación de las necesidades.....	27
4. Eje de intervención.....	29
5. Justificación del área de intervención:	31
6. Objetivos.....	32
<i>6.1 Objetivo general</i>	32
<i>6.2 Objetivos específicos</i>	32
7. Marco Teórico	32
8. Cronograma de actividades planeadas.....	37
9. Presentación y análisis de resultados.....	40
<i>9.1 Metodología para el desarrollo del eje de intervención</i>	40
<i>9.2 Desarrollo del eje de intervención</i>	40
<i>9.3 Plan estratégico y operativo de comunicación</i>	41
Conclusiones.....	47
Recomendaciones	48
Referencias	49
Apéndices	50

LISTA DE TABLAS

Tabla 1. Matriz DOFA	29
Tabla 2. cronograma de actividades	37
Tabla 3. Actividades	46

LISTA DE FIGURAS

Figura 1. Organigrama de la organización 22

Figura 2. Organigrama de comunicaciones 23

LISTA DE APÉNDICES

Apéndice A.....	50
Apéndice B.....	55
Apéndice C.....	60
Apéndice D.....	69
Apéndice E.....	69
Apéndice F.....	72
Apéndice G.....	75
Apéndice H.....	76

Resumen

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

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 que es el lugar donde el practicante desempeña sus labores.

Apoyar el fortalecimiento de la marca Pereira ¡Tu ciudad! Fue la propuesta que desarrolló el practicante durante su proceso, a través del uso de herramienta aprendidas en el proceso de formación y valiéndose de las herramientas con las que cuenta el área de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Pereira.

Palabras Clave: Marca ciudad, posicionamiento, imagen, marca, medios de comunicación, fortalecimiento.

Abstract

This report is based on the roll of the social Communicator-Journalist inside the organization, Cámara de Comercio de Pereira the area of communications, during her professional practice, the report shows clearly which are the functions of the Communicator inside the organization, which are the established tasks, the intentions and the final goal with her practice, from the beginning of the practice, up to the moment to reach the same one.

Once knowing how the organization and the areas that compose it works, it is important to analyze where the assistant can focus to strengthen, to help or to look for new objectives that are useful for the entity and to the area of communications, were the assistant is working.

Support the strengthening of the mark Pereira ¡Tu ciudad! The proposal was developed by the practitioner during the process, through the use of tools learned in the process of forming and using the tools that has the area of Communications of the Cámara de Comercio de Pereira.

Key words: City Marketing, positioning, image, brand, media strengthening.

Introducción

El practicante de comunicaciones desarrolla un rol 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, entonces resulta amplio el mapa de ruta, a seguir, no es simplemente abastecer las diferentes tareas que se desarrollan en la práctica profesional.

Es importante conocer bien 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 óptimo desempeño dentro 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 de la misma.

En el área de comunicaciones de la Cámara de Comercio de Pereira, hay actividades establecidas que se deben desarrollar efectiva y diariamente, los boletines de prensa son el puente de comunicación de los eventos que se van a desarrollar o se desarrollaron con quienes deben conocer esta información, los 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. Otra actividad establecida es la realización del guión y de las notas del Programa En Cámara, que se emite en el canal 3 de Une TV los martes a las 9:30 p.m.

La Cámara de Comercio está ahora en la fuerte labor de fortalecer la marca Pereira ¡Tu ciudad!, y es en este punto donde se concentra el siguiente trabajo, en apoyar el posicionamiento de la marca a través de los medios que posee la cámara de Comercio de Pereira y la marca. Estos medios son el programa de televisión, la revista Empresarial y la página web www.pereiratuciudad.com, además de brindar apoyo en todas las actividades que se desarrollen en pro de ese objetivo.

1. Presentación de la organización

1.1 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 Rodrigo 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.

Porque 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 124, de los cuales el 90.32%, es decir 112 funcionarios son de planta, el 9.7% restante, es decir 12 funcionarios, son practicantes.

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

Organigrama organización:

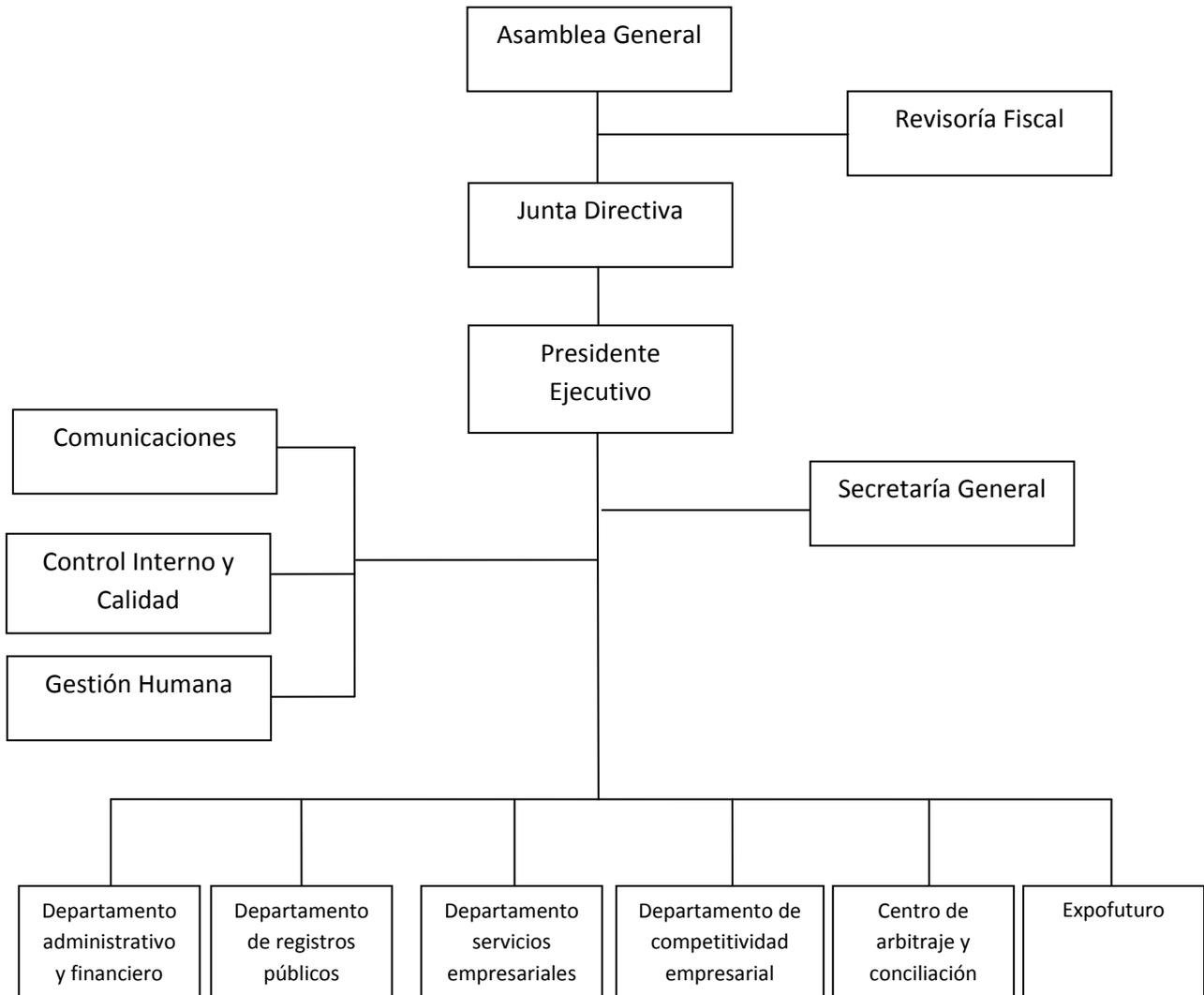


Figura 1. Organigrama de la organización

Organigrama Comunicaciones

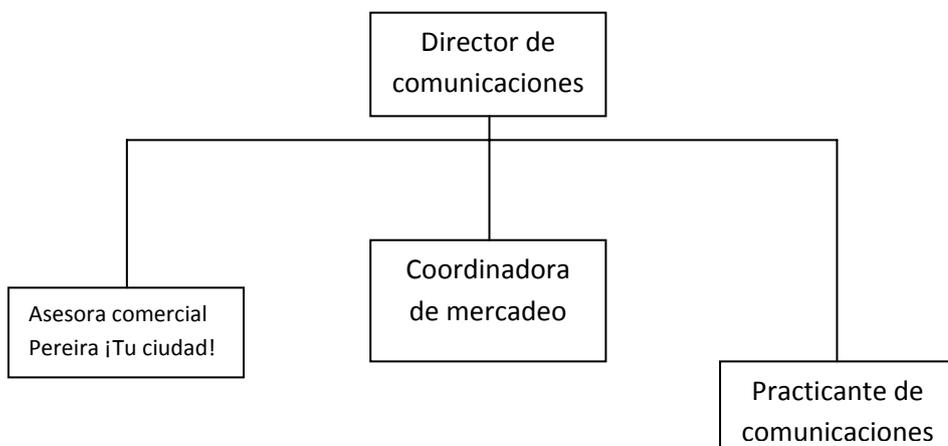


Figura 2. Organigrama de comunicaciones

Funciones del practicante dentro de la organización:

- Realización y divulgación de boletines de prensa
- Colaboración y participación en la grabación del programa En Cámara de la Cámara de Comercio de Pereira transmitido por el canal 3 de UNE televisión los martes a las 9:30 p.m. con repetición los jueves a las 6 p.m. y sábados a las 2 p.m.
- Cubrimiento de eventos realizados por la entidad.
- Actualización constante de la página Web de la Cámara de Comercio de Pereira, contenidos, noticias y eventos de la Cámara de Comercio
- Colaboración y participación en el programa radial del Centro de Arbitraje y Conciliación de la Cámara de Comercio de Pereira, el cual se emite todos los viernes de 7:30 a.m. a 8 a.m. por la emisora Pereira al aire, por el dial 1430 am.

-Colaboración y participación en la actualización de contenido, noticias y eventos en la página Web de Pereira ¡Tu ciudad!

1.2 Macroambiente

La Cámara de Comercio tiene su campo de acción en la ciudad de Pereira a pesar de contar con una alianza con la Gobernación de Risaralda. Municipios vecinos como Dosquebradas y Santa Rosa de Cabal cuentan con su propio establecimiento de cámara de comercio.

La entidad está enfocada a servir como puente entre los comerciantes del sector privado de la ciudad y el gobierno donde también, actúa como mediadora entre ambas partes gracias a su función de criterio público, pero que está enfocada a satisfacer las necesidades del sector privado. Así pues, la Cámara de Comercio de Pereira reúne a todas las empresas de la ciudad registradas previamente ante la entidad mediante su registro mercantil.

Al ser una organización gremial que forma todo un colectivo de intereses en representación de todo el sector empresarial y de la comunidad en general, la Cámara de Comercio de Pereira no posee competidor alguno que pueda reunir los mismos requisitos que puedan cumplir con su misma función.

De la misma manera, su razón social es de una entidad sin ánimo de lucro, pues su desempeño como administradora de recursos públicos le permite actuar como servidora social a empresarios y comunidad en general.

2. Papel del comunicador social

Para empezar cabe definir la palabra comunicador, en un sentido muy general es aquella persona o entidad que asume el papel de emisor y comunica algo a través de cualquier canal, ya sea natural o artificial. Para Umberto Eco la definición es un poco más estructurada “la comunicación social o de masas se da cuando el emisor es uno solo y central, el canal a través del cual pasa su mensaje es un canal tecnológico de gran complejidad y el receptor es una masa extremadamente diferenciada por la lengua, la cultura y la categoría social”. (Eco citado en Ángel David Sardi, 2005) De allí que la definición de la comunicación social esté estrechamente ligada a la existencia de los mass media o medios masivos.

Y junto al concepto de medios masivos se debe hablar de tecnología electrónica, para quien según McLuhan fue la que creó la masa y la comunicación a través de esa clase de medios que condicionan actualmente todos los cambios sociales y culturales.

La existencia y la profusa utilización de los medios técnicos para difundir información, cultura, ideologías, valores y formas de vida, crean nuevas condiciones de relación social tanto en las pequeñas comunidades como en términos universales. En este sentido, la mayor preocupación de los estudiosos de los fenómenos de la comunicación social consiste en descubrir el funcionamiento de las instituciones que modelan esos procesos y las consecuencias que la comunicación y la persuasión de masas tiene para la sociedad humana" (McLuhan citado en Ángel David Sardi, 2005).

Con lo anterior cabe resaltar que el comunicador se desenvuelve dentro de una sociedad diferenciada desde su cultura y el lenguaje, los que debe tener en cuenta a la hora de transmitir el mensaje

Con este preámbulo dentro de la dirección de Comunicaciones de la Cámara de Comercio de Pereira y dentro de las labores del practicante cabe resaltar que los medios tecnológicos son utilizados por esta entidad y desde la Dirección de Comunicaciones para transmitir sus mensajes al público, tanto empresarial como a la sociedad en general.

La utilización de Internet, la televisión y la radio son importantes desde esta oficina para comunicar toda la información que se genera desde la Cámara de Comercio de Pereira y desde la dirección de Comunicaciones, las herramientas tecnológicas hacen parte del día a día del practicante, que debe encargarse no sólo de generar contenido sino también de hacerlos llegar al público a través de las páginas Web www.camarapereira.com y www.pereiratuciudad.com.

Generar contenidos para el programa de televisión que llega la público a través del canal 3 de Une televisión, es también una forma de posicionar la imagen de la Cámara de Comercio de Pereira, ya que a través de información feraz y oportuna la gente ve en este programa una fuente creíble de información.

3. Diagnóstico del área de intervención o identificación de las necesidades

La Cámara de Comercio de Pereira posee unos espacios de comunicación que a través del método de observación he podido evidenciar, no están siendo utilizados para beneficio de la marca ciudad Pereira ¡Tu ciudad! También a través de entrevistas no estructuradas y de análisis documental del material facilitado por la institución, se ha podido comprobar que la utilización de estos medios es mínima para la promoción de la marca ciudad.

Estos espacios que posee la CCP se pueden aprovechar para a través de ellos posicionar la marca Pereira ¡Tu ciudad!, haciendo que la gente la empiece a reconocer como la marca ciudad.

La marca Pereira ¡Tu ciudad! Está en un proceso de posicionamiento y reconocimiento dentro y fuera de la ciudad. Por fuera se está llevando el stand de la marca a eventos como el Reinado Nacional de la Belleza 2009, la Feria de Anato y XII Salón Internacional Del Automóvil entre otras que muestran la marca a los colombianos y pereiranos que viven en otras ciudades.

Pero a la hora de promocionar la marca dentro de la ciudad, hay espacios que se están desaprovechando, como lo son los medios de comunicación que ya posee la CCP, donde la intervención con la marca ha sido muy poco, como se ha podido comprobar viendo los programas de televisión, donde la marca sólo se menciona y se ve en un basking.

Así mismo la página web de la marca no se actualiza constantemente, al ingresar a ella se ven eventos que ya han pasado y no hay mucha actualidad en la página, lo que hace que

la gente no interactúe con ella y no se interese por ingresar y ver qué está pasando con la página y la ciudad.

Debilidades	Oportunidades
<p>La Falta de equipos propios para trabajar en la realización del programa de televisión es un inconveniente ya que muchas veces no se puede grabar las cosas programadas e inclusive eventos importantes para la CCP y para la Marca. Así como a la hora de la edición se dificulta el proceso porque no se tiene control de ese proceso.</p>	<p>Los espacios de la ciudad están al alcance de todos y por ello se pueden utilizar para promocionar la misma.</p> <p>En la ciudad la gente esta innovando y creando cosas nuevas y positivas que se pueden mostrar como un plus de Pereira.</p>

Fortalezas	Amenazas
<p>La CCP posee medios de comunicación que se pueden utilizar en pro de la marca sin que se genere un costo adicional. La marca posee una página Web que ya está montada y en funcionamiento la que se debe aprovechar mejor para promocionar la ciudad y al mismo tiempo la posicionar la marca ciudad.</p> <p>El buen nombre de la institución es un punto a favor a la hora de programar grabaciones o conseguir entrevistas.</p>	<p>Que la gente no se acerque a la marca y que no la vea como propia.</p>

Tabla 1. Matriz DOFA

4. Eje de intervención

La marca ciudad Pereira ¡Tu ciudad! Es de gran importancia dentro de la institución y desde la Dirección de Comunicaciones se le da prioridad a la misma, por ello es el eje de intervención. El proceso de reconocimiento y fortalecimiento de marca es primordial para

que la gente de la ciudad y de afuera reconozca Pereira ¡Tu ciudad! Como la marca que hace grande a la ciudad.

El programa de televisión tiene el espacio para mostrar además de las notas de interés empresarial, notas que hablen más de la ciudad, de esos lugares que a través de la marca ciudad se quieren resaltar. Grabar la presentación del programa desde lugares icono de Pereira, no sólo hará más dinámico el programa sino que ira generando reconocimiento en los televidentes con la ciudad y la marca Pereira ¡tu ciudad! Que se les está mostrando, esto como táctica de posicionamiento de marca.

Otra táctica de posicionamiento, es lograr que el portal web www.pereiratuciudad.com este actualizado con actividades y eventos para realizar en la ciudad, para que de este modo se vuelva fuente de consulta para quienes busquen hacer alguna actividad en la ciudad, reconociendo la marca como la fuente de la información.

Así mismo dentro de ésta página web poner datos de interés histórico sobre los lugares ícono de la ciudad, para que los visitantes también pueden conocer más sobre la ciudad, empezar a quererla más y así mismo a la marca ciudad que le está brindando toda la información.

Otra manera de lograr reconocimiento de la marca es realizando eventos que involucren a la comunidad con Pereira ¡Tu ciudad! Que la gente pueda participar y apropiarse de la marca es fundamental. Este tipo de eventos no sólo hace que la gente se entere de la marca, de cómo funciona y para qué sirve, sino que al ver que los eventos son serios también empiezan a creer en la marca.

5. Justificación del área de intervención:

A partir de la imagen se puede construir la identidad de una organización o de una marca. Por ello, es importante posicionar la imagen de la marca Pereira ¡Tu ciudad! que hace parte del proyecto que busca cambiar la imagen de la ciudad y cómo la perciben propios y visitantes.

Utilizar los medios que posee la Cámara de Comercio de Pereira, como administradora de la marca, es una buena manera de posicionar Pereira ¡Tu ciudad! El programa de televisión En Cámara, que es visto y reconocido por los empresarios y ciudadanos es un medio que se puede aprovechar para dar a conocer la marca y la ciudad, que es también uno de los objetivos de la misma.

Asimismo, la página web que tiene la marca debe mantenerse actualizada para que la gente encuentre en ella información detallada y vigente de lo relacionado con la ciudad y lo que en ella pasa. De igual forma mantener al tanto a los visitantes de la página acerca de lo sucede con la marca.

6. Objetivos

6.1 objetivo General

Apoyar el posicionamiento de la marca Pereira ¡Tu ciudad! Utilizando los medios de comunicación que posee la Cámara de Comercio de Pereira y la marca.

6.2 Objetivos Específicos

- Generar en los televidentes del programa En Cámara de la CCP reconocimiento de la marca.
- Presentar el contexto de desarrollo que actualmente se está generando en Pereira.
- Impulsar la página web www.pereiratuciudad.com para que sirva como elemento de consulta sobre la ciudad y qué está pasando en ella.
- Apoyar los eventos que se realicen desde la ccp para posicionar la marca.

7. Marco Teórico

A partir de los atributos básicos que definen la imagen de cada entidad, es posible la construcción de una imagen corporativa teniendo en cuenta la estructura mental que poseen los públicos acerca de una organización. Así pues, Paul Capriotti Peri en su texto acerca de Branding Corporativo, explica como recurrir a dos tipos de estudios para analizar la

imagen corporativa: el estudio de la notoriedad corporativa y el estudio del perfil sobre imagen corporativa.

Además utilizando la marca Pereira Tu Ciudad de la Cámara de Comercio de Pereira, dichos estudios se hacen importantes para llevar a cabo un buen trabajo con base a la imagen corporativa. Teniendo en cuenta el grado de conocimiento que tienen los públicos acerca de una organización; el estudio de notoriedad permite determinar el impacto de la imagen que tiene la marca de ciudad sobre los ciudadanos. De la misma manera, esa información se puede obtener a través de dos criterios básicos, entre ellos, la notoriedad espontánea donde se hace un estudio detallado acerca de las organizaciones o marcas dentro de un mercado a partir de una encuesta libre donde la persona señala las que más conozca.

Otra forma es la notoriedad asistida donde el sujeto accede al reconocimiento de una marca u organización desde un listado previo sobre marcas previamente reconocidas. Como resultado de ese estudio se llegará al concepto de notoriedad total dentro de un grupo de población donde se realiza el respectivo análisis para fijar el grado de conocimiento de la población acerca de la organización.

Siguiendo con el análisis de imagen corporativa, es posible asociarla con el marketing territorial o city marketing donde las ciudades y países tratan de sacar el mejor provecho de sus cualidades turísticas, culturales, deportivas, económicas, entre otras, apostando así a una estrategia de potenciar a las audiencias y volverlas reconocidas. Las marcas de ciudad deben consolidarse como elementos únicos y reconocibles que admitan una fácil identificación entre el público.

Asimismo, el estudio de la imagen corporativa está dirigido a analizar la creencia de las personas sobre diferentes organizaciones y no a juzgarla desde la realidad. Es así como la marca de ciudad funciona debido a que está orientada a transmitir una historia y no un juicio de valores, lo cual se denomina storytelling, que según el sitio web Wikio Shopping se impone actualmente en el mundo del branding y el marketing.

Paul Capriotti define ese estudio como el entorno general y competitivo de las opiniones que tiene un sector del público sobre lo que deben suponer, que son y hacen las organizaciones, y no de las realidades particulares y concretas de tales entidades.

Luego de la referencia de los dos tipos de estudio que permiten identificar la imagen corporativa es indispensable conocer los atributos de ella. Por eso la importancia de identificar esas variables porque son el primer paso para valorar de forma adecuada la imagen corporativa en una empresa. Aquí emergen premisas para distinguir entre atributo principal y secundario los cuáles se diferencian uno del otro en orientar la imagen corporativa en una jerarquización de lo que ofrece la marca, es decir, aspectos más relevantes que otros que rodean a la organización. En el caso de la marca Tu Ciudad, para la gente puede ser determinante el aspecto económico y la seguridad que presenta la ciudad en vez de otros como los servicios turísticos o de esparcimiento. Hay variables que poseen más peso que otras.

Analizados los atributos actuales, es útil identificar los latentes que permitirán reconocer aspectos relevantes dentro del mercado y la competencia. Servirá incluso para reforzar el liderazgo y las oportunidades, mejorar los aspectos negativos de la organización y plantear mecanismos para enfrentar las posibles amenazas que se ciernen en contra de ella.

Con la información disponible sobre la organización y el entorno en general que la rodea, es posible ejecutar un diagnóstico de la situación manejada desde la imagen corporativa. Para lograrlo es necesario practicar el análisis DAFO y el análisis sobre escenarios estratégicos.

Con el mecanismo DAFO es posible realizar un diagnóstico de la situación actual en una entidad, pensando hacia una evolución futura desde su entorno en función de la información disponible. Para realizar dicho estudio, es necesario recurrir a cuatro elementos importantes en la realización de la matriz DOFA:

- Fortalezas que permiten identificar los aspectos positivos que se deben aprovechar para identificar y diferenciarse de las demás organizaciones.
- Debilidades donde se resaltarán los problemas o aspectos negativos que servirán para mejorar.
- Oportunidades son los aspectos que se pueden aprovechar favorablemente con el fin de mejorar la situación de la empresa.
- Amenazas que sirven para detectar las cosas que pueden pasar con el fin de corregir a tiempo.

Del mismo modo, por medio de los escenarios estratégicos es posible visualizar el campo competitivo en el que se encuentra la organización. Respecto a la imagen corporativa, dichos escenarios son posibles plantearlos dentro de un conjunto de posibilidades acerca de la situación estratégica de la organización. Se pueden identificar tres grandes puntos estratégicos sobre imagen corporativa.

El primero plantea la falta de un líder de imagen corporativa, que permitirá crear sensibilidad de marca, repuntarla y potenciarla para que en el caso de su desconocimiento sea posible trabajar en ese aspecto. Asimismo, se debe establecer como segundo paso los atributos prioritarios de la imagen, es decir, ocuparse sobre los aspectos ya consolidados en la organización y que la diferencian de otras. Y por último, la necesidad de posicionarse como líder cuando no haya referentes, sí se presentan, tratar de asumir como propias características afines con otras organizaciones.

Una segunda posibilidad surge cuando la propia organización es líder de marca dentro de un determinado mercado. Así pues, la entidad debe procurar por mantenerse como el mejor posicionado dentro de los niveles de notoriedad y de atributos de imagen respectivamente, pero también, buscando nuevas posibilidades que permitan engrosar la lista de fortalezas de la organización.

Por último, enfrentarse al tercer planteamiento que consiste en competir con una organización líder en imagen corporativa. Sacar provecho de las debilidades de esa organización competidora. Sin embargo, cuando la otra marca ya está posicionada se deben buscar nuevos espacios para apostar en consolidar la nueva marca. También analizando los atributos positivos del contendor, donde muchas veces se pueden adoptar ese tipo de propiedades pero dándole el toque de la propia marca.

Finalmente, a partir del diagnóstico de situación de la imagen corporativa se puede plantear diferentes estrategias a la hora de definir el perfil de la marca que se vaya a trabajar para lograr identificar la diferenciación, la preferencia y el liderazgo en los públicos de una organización.

8. Cronograma de actividades planeadas

Tabla 2. Cronograma de actividades

Fuente: Elaboración propia

Actividades (por semanas)	Julio				Agosto				septiembre				Octubre				noviembre				diciembre			
	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°	1°	2°	3°	4°
Destacar algún lugar, persona o evento de la ciudad pero fomentando la marca Pereira ¡Tu ciudad!									X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X

9. Presentación y análisis de resultados

9.1 Metodología para el desarrollo del eje de intervención

A través de entrevistas no estructuradas se pudo constatar que una de las ideas de la marca es cambiar la imagen que se tiene de la ciudad y mostrar que en Pereira existen actividades culturales, académicas y turísticas que propios y visitantes pueden desarrollar.

Por lo anterior, hubo la necesidad de mantener actualizada la página web con información sobre las agendas semanales en estos aspectos. Asimismo, mostrar noticias destacadas de gente y empresas que están dejando el nombre de la ciudad en alto.

Siguiendo por la línea de mostrar otra imagen de la ciudad y de posicionar la marca Pereira ¡Tu ciudad! A través de observación y de entrevistas no estructuradas se evidenció que el programa En Cámara de la CCP, era desaprovechado y por ende hubo la necesidad de cambiar la estructura del mismo, para implementar nuevas secciones que trabajaran en pro del posicionamiento de marca y evidenciar las actividades que están desarrollándose en la ciudad y que muestran el lado amable de Pereira.

9.2 Desarrollo del eje de intervención

Al tener a disposición unos medios de comunicación ya establecidos y posicionados es más fácil utilizarlos para apoyar el posicionamiento de la marca Pereira ¡Tu ciudad!

Estos espacios que la CCP ya posee se estaban desaprovechando como un medio para apoyar la marca ciudad que se está implementando en Pereira desde hace aproximadamente un año. La idea con la marca es promocionar la ciudad como sitio turístico y de inversión en el país y a nivel internacional. De igual manera, otro de los

objetivos es lograr que los pereiranos y quienes viven en la ciudad empiecen a sentir más amor por la ciudad y tener sentido de pertenencia hacia la misma.

Por tal motivo, se buscó a través de las actividades desarrolladas durante la práctica mostrar en los medios que posee la Cámara de Comercio de Pereira, como administradora de la marca, la ciudad y las actividades que en ella se pueden desarrollar. Resaltando siempre el lado positivo que tiene la ciudad y todo lo que están haciendo los pereiranos y empresarios por sacar a Pereira adelante.

La importancia que tienen los medios de comunicación de la Cámara de Comercio de Pereira, es que son reconocidos por los empresarios de la región, quienes en este momento de fortalecimiento de la marca son relevantes, ya que ellos son los que a través de sus aportes dan el sustento que necesita la marca para crecer y lograr posicionarse a nivel local, nacional e internacional.

9.3 Plan estratégico y operativo de comunicación

Para lograr el objetivo de apoyar el posicionamiento de la marca Pereira ¡Tu ciudad! Se utilizarán los medios de comunicación que posee la ccp como entidad que la administra.

Del mismo modo se utilizará el medio que posee Pereira ¡Tu ciudad!, que es la página web www.pereiratuciudad.com para cumplir el objetivo de posicionamiento. Así como se utilizará para dar a conocer las actividades positivas que se están desarrollando en la ciudad.

Para lograr el cometido se desarrollaron las siguientes actividades: se crearon dos nuevas secciones dentro del programa de televisión de la Cámara de Comercio de Pereira, En Cámara, que se transmite por el canal 3 de Una televisión los martes de 9:30 p.m. a 10 p.m.

Estas dos nuevas secciones buscan destacar gente o empresas que estén desarrollando actividades positivas e innovadoras dentro de la ciudad y recomendar lugares para que la gente encuentre opciones culturales y gastronómicas entre otras en Pereira.

Una de las secciones se llama Gente Marca Pereira ¡Tu ciudad!, donde se destacará personas o empresas que estén desarrollando actividades innovadoras y positivas en la ciudad.

La otra sección tiene como nombre el Recomendado de Pereira ¡Tu ciudad! En la que se le recomienda a los televidentes un lugar de la ciudad que le ofrezca una alternativa diferente de diversión.

Asimismo como actividad para apoyar el fortalecimiento de marca se realizó el concurso de fotografía de Pereira ¡Tu ciudad! Pereira el mejor lugar para vivir, abierto a todo el público y buscaba que la gente a través de las fotografías mostrara por qué Pereira es el mejor lugar para vivir.

También dentro de la revista Empresarial no sólo promocionar la marca para los empresarios, sino lograr artículos que resalten la ciudad, en la edición de octubre se invitó a un pereirano, Ricardo Salazar, fotógrafo que ha vivido en otras ciudades y países a que hablara de por qué volver a la ciudad. En esta edición también se destacó la ciudad con una foto en la portada de este fotógrafo.

De igual manera, para la edición de diciembre se resaltarán los ganadores del concurso de fotografía con un artículo hablando del concurso y con las fotografías ganadoras en la portada.

Por otro lado mantener actualizada la página web con información sobre qué actividades se están realizando en la ciudad y sobre qué acciones positivas se están desarrollando en Pereira por su gente y empresarios.

Además del trabajo que debe realizar el practicante en su día a día de trabajo, como lo es la realización de boletines de prensa, apoyo en la redacción de notas para la revista y apoyo en todas las actividades del área.

El programa de televisión es visto por un promedio de dos mil personas, las que se van identificando con la marca y con la ciudad y los sitios que en el programa se les muestra, ya que al final del programa siempre se muestra un lugar de Pereira y se habla un poco de él.

La revista Empresarial de la Cámara de Comercio de Pereira tiene un tiraje trimestral de 3000 ejemplares que llegan a todos los empresarios de la ciudad y la región lo que lo hace un medio efectivo para que los empresarios reconozcan la marca y se animen a ser parte de ella con sus aportes monetarios.

Para el concurso de fotografía se contó con la participación de 48 participantes con 120 fotografías, de las que se preseleccionaron 34 fotografías que se exhibieron en el centro comercial Unicentro, lugar en el que se realizó la premiación de las tres mejores fotos.

Las fotos enviadas para el concurso de fotografía se colgaron en la página web www.pereiratuciudad.com para que la gente las pudiera ver y comentar, del mismo modo cuando se hizo la preselección de las 34 fotografías, se creó un álbum en la página web para que las personas que visitaran la página conocieran cuáles habían sido elegidas.

Durante el mes y medio de la exposición se recibieron 20.718 visitas para ver las fotografías y se generaron 241 comentarios en las diferentes fotografías.

Todo lo anterior fue un resultado muy positivo, según los directivos de la CCP para ser la primera vez que se realizaba este tipo de evento relacionado con la marca y al cual se le dio difusión en su mayoría a través de la web.

Desde que se dio inicio a la actividad de mantener la página actualizada, es decir desde agosto se han recibido 34.084 visitas a la página web comparado con los seis primeros meses del año 2010 donde la página tuvo 296 visitas.

Desde la oficina de comunicaciones una de las actividades constantes que desarrolla en practicante es la realización de boletines de prensa, de los que se realizaron 135 boletines de los cuales se publicaron en los medios alrededor del 90%, con lo que se cumple las metas obtenidas.

Estas actividades se desarrollaron de la siguiente manera:

Actividad	Tiempo en semanas	Responsables
Lanzamiento y cierre del Concurso de fotografía	De la primera semana de agosto a la tercera de septiembre	Natalia Sánchez asesora comercial de Pereira ¡Tu ciudad! Natalia Hernandez Coordinadora de mercadeo Natalia Delgado Practicante de comunicaciones

Organizar las fotografías preseleccionadas	Segunda y tercera semana de octubre	Natalia Delgado Practicante de comunicaciones
Exhibición de las 34 fotografías preseleccionadas	Última semana de octubre, primera y segunda semana de noviembre	Centro Comercial Unicentro
Noche de entrega de premiación del concurso de fotografía	Primera semana de noviembre y específicamente 5 de noviembre	Alcaldía de Pereira con los dos primeros premios Unicentro organización de la noche de Vino y Jazz Natalia Hernández Coordinadora de mercadeo Natalia Delgado Practicante de comunicaciones
Realización del programa de televisión y sus secciones incluyendo las dos nuevas	Desde la primera semana de octubre hasta la última semana de diciembre	Natalia Delgado Practicante de comunicaciones Carlos Roa edición programa
Revista Empresarial, escribir notas, edición notas, corrección de estilo, revisión revista	Tercera y cuarta semana de agosto, primera, segunda y tercera semana de septiembre.	Andrés Botero Director Comunicaciones CCP Natalia Delgado Practicante de comunicaciones

	<p>Cuarta semana de octubre y desde la primera hasta la última semana de noviembre</p>	
--	--	--

Tabla 3. Actividades

Para estas actividades se requiere de inversión de recursos humanos y técnicos que ya se tienen para el desarrollo de las mismas. Para desarrollar el programa de televisión se requiere de la cámara de video y del equipo de edición, estos recursos son los que se usan normalmente para realizarlo, así como de un camarógrafo y del periodista que realizará el trabajo de investigación y realización de las entrevistas y notas, que en este caso es el practicante de comunicaciones.

Para la realización de los artículos para la revista, no se utilizarán recursos diferentes a los que ya se usan como el recurso humano de los columnistas invitados y de los periodistas, Andrés Botero y Natalia Delgado. Y los recursos técnicos de impresión que se requieren para sacar los 3000 ejemplares.

La oficina de comunicaciones no posee su propio equipo para grabar y editar el programa de televisión y depende de terceros para hacerlo, esto muchas veces dificulta la realización de las notas, porque no se cuenta con cámara de video y camarógrafo en disponibilidad permanente.

Conclusiones

El posicionamiento de la marca Pereira ¡Tu ciudad! Es fundamental para que pueda seguir creciendo y no sólo eso, sino que a través de City marketing se puedan desarrollar diferentes estrategias que afiancen la relación de los ciudadanos con Pereira y se genere un sentido de pertenencia que logre cambios positivos en la ciudad.

Igualmente el posicionamiento de la marca en el medio empresarial logrará que más empresarios apoyen la marca con sus donaciones que son finalmente el sustento de la marca.

Asimismo, la utilización de los medios que ya posee la Cámara de Comercio de Pereira resulta no sólo efectivo sino económico para el apoyo y el fortalecimiento del posicionamiento de la marca Pereira ¡tu ciudad! estos medios ya hacen parte del presupuesto de la Dirección de Comunicaciones por lo que no le generaría un costo adicional a la CCP o a la marca.

Por otro lado son medios que ya están posicionados entre los empresarios de la región, que siempre están esperando la revista y el programa y atentos de los contenidos de ambos medios.

Por ello es pertinente utilizarlos para promocionar la marca y la ciudad es una buena opción, además a través de estas notas donde se destaca la gente, empresarios y empresas, se logra atraer nuevos televidentes y lectores.

Recomendaciones

Mantener lo que se ha logrado con la implementación de las dos secciones, con los temas de la revista enfocados en la ciudad y con el concurso de fotografía es un esfuerzo que se debe hacer desde la Dirección de comunicaciones, ya que estas actividades le han dado un reconocimiento a la marca ante los pereiranos y los empresarios de la región.

Por otro lado sería muy bueno que la Dirección pueda hacerse a los equipos que se necesitan para realizar un buen programa, para poder cubrir todas las noticias que se generan en el medio empresarial y en la ciudad que son positivas y deben ser resaltadas como las buenas acciones que se hacen en pro del desarrollo de la región.

Referencias

Capriotti, P. (2009) *Branding Corporativo, Fundamentos para la gestión estratégica de la Identidad Corporativa*. Chile: Colección de Libros de la Empresa

Definición de City-Marketing recuperado el 11 de Noviembre de 2010 de <http://www.wikio.es/article/marketing-territorial-city-marketing-193079341>

Nuestra Institución, Cámara de Comercio de Pereira recuperado el 25 de agosto de 2010. De [http:// www.camarapereira.org.co](http://www.camarapereira.org.co)

Papel del comunicador Social como Agente de Cambio Angel David Sardi Universidad Católica Cecilio Acosta (2009, 6 de febrero). Recuperado el 9 de septiembre de 2010, de <http://angeldavidsardi.blogspot.com/2009/02/papel-del-comunicador-social-como.html>

Apéndices

Apéndice A

Entrada: RE: FORO DE ETICA (15 de 309)  

Fecha: Fri, 3 Sep 2010 09:32:07 -0500 [03/09/10 09:32 COT]

De: [Jose Ricardo Lopez Gonzalez <Jose.Lopez5@bav.sabmiller.com>](mailto:Jose.Lopez5@bav.sabmiller.com)  

Para: ndelgado@camarapereira.org.co 

Asunto:
RE: FORO DE ETICA

[¿Mostrar este HTML en una ventana separada?](#)

Buenos días Natalia,

Te escribo para confirmarte que recibí el video que me enviaste. Como siempre fuiste muy responsable y cumplida.

Los felicito por el excelente cubrimiento que hicieron del Foro, en verdad es un material

muy valioso. Además el programa es muy interesante en cuanto a su contenido y formato.

Muchas gracias por todo el apoyo que nos brindaron y ojala nos sigamos reencontrando en este tipo de eventos.

Feliz día.

Cordialmente,

José Ricardo López González

COMUNICADOR

Gerencia de Gobierno Corporativo

Bavaria S.A.

Tel: +57 (4) 3722400 Ext. 46889

Celular: 3002191201

www.bavaria.com.co

Natalia Delgado Rojas

Practicante de Comunicaciones

Cámara de Comercio de Pereira

ndelgado@camarapereira.org.co

Visite nuestro sitio WEB <http://www.expofuturo.com> para conocer eventos a realizarse en la ciudad.

Nota: Correo sin tildes para evitar errores en diferentes configuraciones de maquinas, impresoras, correos, servidores y sistemas en general.

Por favor considere su responsabilidad ambiental antes de imprimir este correo electronico.

La presente informacion se envia unicamente para el destinatario, es de caracter confidencial, privado y es propiedad de CAMARA COMERCIO DE PEREIRA. Esta prohibida la modificacion, retransmision, difusion, copia u otro uso de esta informacion por cualquier medio, por personas distintas al destinatario, o para otro fin que no este dentro de los terminos previamente aceptados. Si usted ha recibido este mensaje por error,

favor de contactar al remitente y borrar el mensaje y sus anexos.

Este mensaje ha sido sometido a programas antivirus. No obstante, la entidad no asume ninguna responsabilidad por eventuales fallos generados por el recibo y uso de este material, siendo responsabilidad del destinatario verificar con sus propios medios la existencia de virus u otros defectos. La entidad no asume responsabilidad sobre información, opiniones o criterios contenidos en este e-mail que no esté relacionada con negocios oficiales de CÁMARA COMERCIO DE PEREIRA.

[avast! Antivirus](#): Mensaje entrante limpio.

Base de datos de Virus (VPS): 100804-1, 04/08/2010

Comprobado el: 04/08/2010 03:02:21 p.m.

avast! - copyright (c) 1988-2010 ALWIL Software.

This email has been scanned by the MessageLabs Email Security System.
For more information please visit <http://www.messagelabs.com/email>

NOTA

CONFIDENCIAL:

La información contenida en este correo-electrónico y cualquier archivo adjunto son originados por SABMiller o alguna de sus compañías subsidiarias; es de uso privilegiado y/o confidencial y solo puede ser utilizada por la persona, entidad o compañía a la cual esta dirigido. Si usted ha recibido este mensaje por error, favor destruirlo y avisar al remitente. Si usted no es el destinatario no deberá revelar, copiar, distribuir o tomar cualquier acción basado en los contenidos del mensaje. Cualquier retención, diseminación o distribución total o parcial no autorizada de este mensaje esta estrictamente prohibida y sancionada por la ley. Las observaciones y opiniones expresadas en este mensaje de correo electrónico pueden no necesariamente ser aquellos de la Administración o Directivos de SABMiller.

CONFIDENTIAL

NOTE:

The information contained in this e-mail and any attachments transmitted are originated by SABMiller or one of its subsidiaries; its use is privileged and/or confidential and may only be used by the individual, entity or company to whom it is addressed. If you have received this e-mail by error, please destroy it and contact the sender. If you are not the addressee you may not disclose, copy, distribute or take any action based on its contents. Any unauthorized retention, dissemination, distribution or copying of any part of this message is strictly prohibited and sanctioned by law. The views and opinions expressed in this e-mail message may not necessarily be those of SABMiller 19;s management or directives.

Apéndice B

Notas Programa 26, 10 de agosto de 2010

NOTA 1: IN NATALIA LA CÁMARA DE COMERCIO DE PEREIRA EN ASOCIO CON BAVARIA REALIZARON EN LA CIUDAD EL CUARTO FORO DE ÉTICA EMPRESARIAL

Pereira hizo parte las 12 ciudades del país donde se llevan a cabo el cuarto foro de ética empresarial organizado por Bavaria y que se inició el pasado 22 de julio en la ciudad de Ibagué.

La iniciativa que se desarrolló bajo el lema “Ética, la marca de todas nuestras marcas”, se realizó en la capital risaraldense el miércoles 4 de agosto en el Hotel de Pereira.

Con la realización de este evento se busca sensibilizar en el tema de la ética, a los líderes de empresas e instituciones de todas las regiones del país.

NOTA 2: IN NATALIA EN EL MARCO DEL FORO DE ÉTICA EMPRESARIAL SE FIRMO UN COMPROMISO DE PRINCIPIOS ÉTICOS DEL EMPRESARIADO COLOMBIANO.

Durante el Foro se firmó de un compromiso para la puesta en marcha de los principios éticos del empresariado colombiano.

El documento pretende que las compañías desarrollen e implementen diversas acciones alrededor de una cultura basada en estándares éticos, de manera que despierten, entre sus grupos de interés, la conciencia e importancia de los beneficios que resultan de esta iniciativa.

NOTA 3: IN NATALIA LOS EXPERTOS HABLAN ACERCA DE LA ÉTICA EMPRESARIAL.

Los conferencistas del Foro de Ética realizado por Bavaria en asocio con la Cámara de Comercio de Pereira hablaron de la importancia de la ética empresarial no sólo dentro de la empresa, sino como parte de la responsabilidad social de las mismas

Full entrevistas de Carlos Bernal

Así mismo se habló de la importancia de cultivar los valores a toda la sociedad para mejorar así la calidad dentro de las empresas y en la vida cotidiana.

Full entrevista de Hugo Niño Caro

NOTA 4: IN NATALIA AHORA CON NUESTRO CONSULTOR EMPRESARIAL LEONARDO GUTIÉRREZ, TIPS DE INTERÉS

NOTA 5: IN NATALIA PEREIRA TU CIUDAD REALIZÓ EL LANZAMIENTO DEL CONCURSO DE FOTOGRAFÍA PEREIRA LA MEJOR CIUDAD PARA VIVIR.

La Cámara de Comercio de Pereira y los diferentes sectores adscritos al proyecto Pereira ¡Tu ciudad! convocan a todos los colombianos, residentes en el exterior o en el país y los extranjeros residentes en el país, que quieran compartir una o varias imágenes de Pereira a inscribirse al concurso de fotografía: **“Pereira: El mejor lugar para vivir”**

In full entrevista de Eric Duport Hablando e invitando al concurso.

(Roa Porfa si se puede editar el pedazo en que Eric dice que desde el Jueves ..., pues por lo que el programa sale después del lanzamiento)

La inscripción es gratuita y con el concurso se pretende evidenciar la nueva Pereira cultural, arquitectónica, comercial, estructural, ambiental, ecológica y lo más importante: su gente. El día a día que la construye, su vitalidad, color y pujanza.

NOTA 6: IN NATALIA Y AHORA EN NUESTRA SECCIÓN EL INVITADO HABLAREMOS CON PATRICIA ARISTIZABAL DUEÑA DE QUINTO DISEÑO.

Entrevista Patricia, Quinto Diseño primera parte

NOTA 7: IN NATALIA EN NAVEGANDO POR LA WEB VISITEMOS WWW.PEREIRATUCIUDAD.COM

En la página pereiratuciudad.com, podrá encontrar las bases para el concurso de fotografía Pereira: la mejor ciudad para vivir.

Las inscripciones estarán abiertas hasta el 15 de septiembre a la media noche sin ningún costo.

Así mismo en esta página encontrará información sobre Pereira Tu ciudad, qué hay para hacer, dónde ir y mucho más.

ESTA NOTA YA NO VA, CAMBIARON LA PELÍCULA

NOTA 8: AHORA CONOCEREMOS QUÉ HAY EN CARTELERA EN CINE EN CÁMARA.

Hasta el jueves 12 de agosto se estará proyectando la película Amor Sin Escalas con el actor George Clooney.

Amor Sin Escalas narra la odisea de Ryan Bingham, un especialista en reducción de personal de compañías y un consumado viajero comercial moderno que, después de toda una vida de viajar constantemente en aviones, de repente descubre que tiene miedo de entablar una relación verdadera.

Este drama romántico te pondrá a pensar sobre las conexiones que hace el amor.

NOTA 9: IN NATALIA VEAMOS AHORA NUESTRA AGENDA DE EVENTOS.

19 de agosto de 2010 Foro de Gerentes Con el Presidente de "Telefónica (Movistar)"

horario: De 12:15pm a 2:00 pm en la Cámara de Comercio de Pereira

19, 20 y 21 de agosto Taller práctico en la construcción del PAMEC con enfoque en acreditación

Horario: De 8am a 12pm y de 2pm a 6pm

23 de agosto al 9 de septiembre. Curso de Gestión Humana con Énfasis en Derecho Laboral

Lunes a viernes de 6:15 p.m. a 9:30 p.m. y los sábados de 9:00 a.m. a 12:00 p.m., en la Cámara de Comercio de Pereira

27 de agosto, se inicia el diplomado

Normas Internacionales de Contabilidad,

Viernes de 5:00 p.m. a 10.00 p.m. y los sábados de 8:00 a.m. a 12:30 p.m., en el tercer piso del Edificio de la Cámara de Comercio.

31 de agosto seminario de Tercerización de Servicios BPO&IT (en convenio con la ANDI)

Horario de 8 a.m. a 1 p.m. en la Cámara de comercio de Pereira

3 de septiembre se inicia el diplomado “Actualización en Alta Gerencia”

Duración 110 horas

Horarios viernes de 6 p.m. a 10 p.m. y sábados de 8 a.m. a 12 p.m.

13 de septiembre se inicia el Curso de Telemercadeo

El arte de Persuadir a Distancia

Duración de seis días.

Los horarios serán de lunes a viernes de 6:15 p.m. a 9:30 p.m. y el sábado de 9:00 a.m. a 12:00 p.m. en la Cámara de Comercio de Pereira.

Para mayor información e inscripciones comunicarse a los teléfonos 3387852-3387846 o al e-mail: cece@camarapereira.org.co

NOTA 11: PROGRAMA DE RETORNO VOLUNTARIO PARA EL ACOMPAÑAMIENTO Y FORTALECIMIENTO EN PLANES DE NEGOCIO.

REPETICIÓN DEL PROGRAMA PASADO

Apéndice C

NOTA1: IN NATALIA GREMIOS, DIRIGENCIA POLÍTICA Y LOS REPRESENTANTES DEL TRIANGULO DEL CAFÉ EN EL ALTO GOBIERNO SE REUNIERON EL PASADO FIN DE SEMANA.

No sólo productiva sino halagüeña resultó la cumbre en el hotel Malabar pues por primera vez en muchos años llegaron propuestas de región para llevar al alto gobierno.

Fue tan productiva y propositiva la reunión que en cuatro semanas se reunirá la dirigencia política, administrativa y gremial con el alto Gobierno para analizar el avance de los proyectos que presentarán para ser incluidos en el Plan Nacional de Desarrollo.

Esta cumbre gestada por la dirigencia gremial tuvo un gran eco en la clase política y en los representantes el gobierno central oriundo de la región.

Full Villegas

17 52 vengo muy impresionado

18: 40 en el nuevo gobierno

Una de las claves para que las cosas avancen en la región será la Estructuración de los proyectos, pues en adelante el acceso a los recursos se hará a través de la presentación de estos con todos y cada uno de los pasos.

Una de las frases que más llamó la atención fue la del ministro Cardona cuando afirmo

14 29 es que el problema no es de plata

15 05 se quedan paralizadas

Según el ministro hay que tener un banco de proyectos pues a eso es a lo que le apuestan los inversionistas.

Al término de la Cumbre convocada por el sector privado y luego de escuchar las iniciativas locales todos se mostraron satisfechos, ya que luego de muchos amagos de unión,

NOTA 2: IN NATALIA VEAMOS AHORA QUE DIJERON ALGUNOS DE LOS ASISTENTES A ESTA GRAN CUMBRE

Ministro de Transportes Germán Cardona Gutiérrez También cuando habla de la reunión exclusivamente

13 50 hasta el

14 26 propuestas serias

Presidente de la Andi Luis Carlos Villegas cuando habla de los logros de la reunión.

16:50 hoy hemos tenido

17:24 necesita seguimiento

Viceministro de Justicia segunda respuesta

20: 55 esta reunión es de primerísima importancia

21:18 de la región

Viceministro de Desarrollo Carlos De Hart

22: 47 hay unos escenarios

23: 22 el foco de atención

La región se puso de acuerdo y presentaron iniciativas conjuntas en materia de seguridad, logística, infraestructura, competitividad y empleo entre otros.

45 26 nos dieron unos lineamientos muy claros

46 11 del gobierno nacional

NOTA 3: IN NATALIA SE REALIZÓ EL PRIMER REALITY DE DISEÑO EN EL MARCO DEL TALLER RED ACADÉMICA DE DISEÑO “Pereira Tu Ciudad”.

Se realizó el primer: Reality Show a través de videostreaming por la Red Académica del País –REANATA-, en el marco del Taller RAD –Red Académica de Diseño- “Pereira Tu Ciudad”.

Esta fue la primera vez en realizarse en Colombia la transmisión de un Reality Show académico por esta red.

Durante dos días 24 estudiantes y docentes de los Programas de Diseño Gráfico, Diseño de Modas, Diseño Industrial y Arquitectura de de la Fundación del Área Andina y de la Católica, buscaron a través de la interacción dar a conocer el diseño en la región.

Los jóvenes diseñadores trabajaron en equipo para mostrar toda su creatividad desarrollando desde sus miradas particulares soluciones y creaciones de productos para la marca “Pereira tu ciudad”.

NOTA 4: IN NATALIA AHORA VEAMOS NUESTRA AGENDA DE EVENTOS

13 de septiembre se inicia el Curso de Telemercadeo

El arte de Persuadir a Distancia

Duración de seis días.

Los horarios serán de lunes a viernes de 6:15 p.m. a 9:30 p.m. y el sábado de 9:00 a.m. a 12:00 p.m. en la Cámara de Comercio de Pereira.

16 de septiembre

Conferencia: "Riesgos de Responsabilidad Civil en Restaurantes y Alimentos".

Horario de 8 a.m. a 10 a.m.

17 de septiembre

Conferencia Gratuita: "Nuevo Régimen en Materia de Libre Competencia"

De: 8 a.m. a 1p.m.

17 de septiembre se inicia el Diplomado en Conciliación y Métodos Alternos de Solución de Conflictos.

Duración 114 horas

Los horarios serán: viernes de 4:00 p.m. a 8:00 p.m. y sábados de 8:00 a.m. a 12:00 m. en la Cámara de Comercio de Pereira.

30 de septiembre

Foro de Gerentes: Presidenta de Camacol. Dra. Martha Pinto.

De: 6 p.m. a 8 p.m.

Para mayor información e inscripciones comunicarse a los teléfonos 3387852-3387846 o al e-mail: cece@camarapereira.org.co

NOTA 5: IN NATALIA SE LLEVÓ A CABO CON ÉXITO LA XIX EXPOSICIÓN DE ORQUÍDEAS

Los pereiranos y turistas disfrutaron de los colores y formas de las orquídeas más hermosas del país y la región.

La exposición de orquídeas se realizó al mejor estilo de los patios cordobeses donde se exhibieron las diferentes clases de orquídeas para el deleite de los habitantes y visitantes del triángulo del café.

COMERCIALES

NOTA 6: IN NATALIA EN NUESTRA SECCIÓN EL INVITADO HABLAREMOS CON ALBERTO ARIAS TABARES, DIRECTOR EJECUTIVO DE FENDIPETROLEOS

COMERCIALES

NOTA 7: IN NATALIA LA SEMANA PASADA HUBO UNA IMPORTANTE REUNIÓN CON EMPRESARIOS DE BPOS, PARA HABLAR DE LAS POSIBILIDADES QUE TIENEN ESTE TIPO DE EMPRESAS EN LA CIUDAD.

El director de competitividad empresarial de la cámara de comercio se refirió a la importancia de esta visita

Full Daniel Arango

38 12 la semana pasada estuvo

39 04 nivel mundial

Durante la reunión se habló de las posibilidades que tiene la ciudad para recibir empresas de este tipo.

Full segunda de Perno toda

NOTA 8: IN NATALIA LA EMPRESA MEXICANA AMERICAN ASSIST SE INTALARÁ EN LA CIUDAD Y GENERARÁ MIL 200 EMPLEOS ANTES DE UN AÑO

En la rueda de prensa donde se anunció esta buena noticia para la ciudad estuvieron presentes el alcalde de Pereira Israel Londoño; el presidente ejecutivo de la Cámara de Comercio de Pereira, Eric Duport Jaramillo; gerente de estrategia de promoción de Inversiones de la Cámara de Comercio de Pereira, Santiago Ángel; el gerente seccional Andi Enrique Millán; la gerente general de Vox Mark, **Claudia Jaramillo; el presidente de American Assist Colombia, Mauricio Vega** y el Presidente de American Assist Luis Narro.

En su presentación y saludo a los inversionistas mexicanos dijo que se siente orgulloso de poder compartir buenas noticias para la ciudad, y que le llena de orgullo y satisfacción sobre todo el esfuerzo y trabajo que están realizando los pereiranos para traer inversión a la ciudad.

El presidente ejecutivo de la cámara de comercio de Pereira destacó esta inversión como los primeros logros de la estrategia de city marketing.

Full entrevista Eric Duport Jaramillo

46:32 la noticia de hoy

47:50 como instalación de esta empresa mexicana el día de hoy

NOTA 9: IN NATALIA HABLAMOS CON EL PRESIDENTE DE AMERICAN ASSIST LUIS NARRO QUIEN EXPLICÓ POR QUÉ SE DECIDIERON POR PEREIRA

Full Luis Narro 36:45 El Capital Humano

37:01 mil empleos más

Además de la gente también hubo otras ventajas comparativas para que la multinacional se instalara en la capital risaraldense

37:08 el apoyo que hay

37:24 insuperable

Dijo que Pereira está haciendo las cosas bien para atraer inversión

37:30 absolutamente

37:48 están siendo impecables

NOTA 10: IN NATALIA EL ALCALDE HABLÓ ACERCA DE ESTA GRAN INVERSIÓN EXTRANJERA EN LA CIUDAD.

El alcalde habló del logro que ha tenido la oficina de estrategia de promoción de Inversiones de la Cámara de Comercio de Pereira. Así como resaltó el trabajo en conjunto de los sectores públicos y privados.

Full entrevista Alcalde de Pereira Israel Londoño

34:20 muy contento

35:07 desde la oficina de promoción de inversiones

También habló sobre los beneficios que tendrá la ciudad y los pereiranos con la llegada de esta empresa mexicana.

35:13 beneficios directos

35:26 y que genera confianza

NOTA 11: IN NATALIA SANTIAGO ÁNGEL NOS CONTÓ CÓMO FUE EL PROCESO PARA TRAER ESA INVERSIÓN EXTRANJERA A LA CIUDAD.

Gracias al esfuerzo de instituciones regionales, el sector gremial y el sector privado se logró que la empresa mexicana American Assist escogiera la ciudad para invertir.

Full Santiago Ángel gerente de estrategia de promoción de Inversiones de la Cámara de Comercio de Pereira.

32:30 la llegada de

34:00 fuerzas vivas lo quiero repetir

NOTA 12 : IN NATALIA ENRIQUE MILLÁN GERENTE SECCIONAL DE LA ANDI DESTACÓ LA GENERACIÓN DE EMPLEOS QUE AMERICAN ASSIST TRAERÁ A LA CIUDAD.

Full Enrique Millán gerente seccional de la Andi

40:39 estamos muy complacidos

41:17 que tanto afecta a la ciudad

NOTA 13: IN NATALIA LA GERENTE GENERAL DE VOX MARK LA EMPRESA QUE ELIGIÓ AMERICAN ASSIST PARA SER SU CONTRATISTA EN PEREIRA HABLO DE CÓMO FUE ESTE PROCESO DE SELECCIÓN.

Vox Mark es una empresa 100% pereirana que fue elegida por la empresa American Assist para prestar sus servicios, con esto se generarán empleos para la ciudad y también se generará conocimiento para esos empleados.

Full entrevista Claudia Jaramillo

41:24 para nosotros

42:47 de aprender y de crecer

NOTA 14: IN NATALIA DESPUES DE TANTAS NOTICIAS POSITIVAS PARA LA CIUDAD, EL ALCALDE INVITÓ A TODOS LOS CIUDADANOS PARA QUE HABLEMOS BIEN DE LA CIUDAD.

Full entrevista Alcalde de Pereira Israel Londoño

36:06 Pereira ¡Tu ciudad!

36:28 dentro de poco

IN DE DESPEDIDA

El próximo jueves 9 de septiembre será la apertura de una nueva versión de Ejemotor así que los esperamos en Expofuturo durante todo el fin de semana.

No olvide escribirnos a.....

Apéndice D

PREGUNTAS PROGRAMA VIERNES 27 DE AGOSTO

1. ¿QUIENES PUEDEN SER JUECES DE PAZ?
2. ¿QUIÉNES ELIGEN A LOS JUECES DE PAZ?
3. ¿CUÁNDO SON LAS ELECCIONES?
4. ¿A DÓNDE SE DEBE DIRIGIR LA GENTE PARA ELEGIR A LOS JUECES DE PAZ?
5. ¿CÓMO CONOCEMOS A LOS CANDIDATOS PARA JUECES DE PAZ?
6. ¿CADA CUÁNTO SE ELIGEN LOS JUECES DE PAZ?
7. ¿DÓNDE ENCONTRAMOS ESTOS JUECES DE PAZ?
8. RECORDÉMOSLE A NUESTROS OYENTES Y PARA QUIENES NO TUVIERON LA OPORTUNIDAD DE ESCUCHARNOS HACE 8 DÍAS, DE FORMA MUY CONCRETA ¿QUÉ HACE UN JUEZ DE PAZ?

Apéndice E

REALITY TALLER RAD

(Pereira, 5 de agosto de 2010) En Septiembre se realizará el primer: Reality Show a través de videostreaming por la Red Académica del País –REANATA-, en el marco del Taller RAD –Red Académica de Diseño- “Pereira Tu Ciudad”.

Esta será la primera vez que en el país se realice la transmisión de un Reality Show académico por esta red.

Durante los días 2 y 3 de septiembre 24 estudiantes y docentes de los Programas de Diseño Gráfico y Diseño de Modas, de la Fundación Universitaria del Área Andina y estudiantes de Diseño Industrial y Arquitectura de la Universidad Católica Popular del Risaralda, buscarán mostrar a la comunidad en general las diferentes etapas en el desarrollo de una idea creativa, desarrollando desde sus miradas particulares soluciones y creaciones de productos para la marca “Pereira tu ciudad”.

o [MODA-IN](#)

- [DEPORTES](#)
- [POLITICA](#)
- [ECONOMICA](#)
- [JUDICIAL](#)

- [PRENSA ESCUELA](#)
- [OPINION](#)
- [ESPECIALES](#)
- [QUIENES SOMOS](#)
- [CONTACTENOS](#)
- [REGISTRO](#)
- [CULTURA](#)
- [EDICION DOMINICAL](#)
- [PEREIRA, TIERRA ABONADA](#)

· Anuncios Google: [Spa Diseño](#) [Pereira](#) PUBLICIDAD [Cursos Diseño](#) [Diseño Joyas](#)

eldiario.com.co / [ECONOMICA](#)

ECONOMICA

Artículo leído 39 veces.

Breves Económicas

Publicado 30/08/2010

Reality show

Durante los días 2 y 3 de septiembre estudiantes y docentes del programas de Diseño Gráfico y Diseño de Modas de la Fundación Universitaria del Área Andina Seccional Pereira, y del programa de Diseño Industrial y Arquitectura de la Universidad Católica Popular de Risaralda, llevarán a cabo el Primer Real Show a través de videostreaming por la Red Académica del País, Reanata en el marco del Taller RAD–R Académica de Diseño, “Pereira Tu Ciudad”. Esta será la primera vez que se realiza en Colombia la transmisión de un Reality Show académico por esta red. La iniciativa pretende mostrar a la comunidad en general las diferentes etapas en el desarrollo de una idea creativa, para que desde sus miradas particulares sean asertivos en el desarrollo de soluciones y creaciones de productos para la marca “Pereira tu ciudad”.

Apéndice F

EL FUTURO DE LAS BPO EN PEREIRA

(Pereira, 1 de septiembre de 2010) La Cámara de Comercio de Pereira, la Cámara de Procesos Tercerizados/BPO de la Andi e instituciones educativas de la ciudad se reunieron con empresarios de BPOs, para hablar de las posibilidades que tienen este tipo de empresas en la ciudad.

Durante la reunión el presidente de la empresa Globalization Wisdom Group, Atul Vashistha, uno de los consultores más importantes del mundo habló de las posibilidades que tiene la ciudad para recibir empresas de este tipo.

Atul Vashistha aclaró que la ciudad es perfecta para recibir compañías de BPO, que busquen un lugar donde encontrar empleados para conservar y entrenar para poder realizar cosas más complejas. “Pereira es el lugar ideal”, indicó.

También resaltó que el esfuerzo y trabajo en conjunto que están realizando las entidades gubernamentales, las agencias de promoción y el sector privado, hace que las compañías encuentren un gran incentivo para instalarse y trabajar en Pereira.

Así mismo comentó que Pereira debería capacitar gente para este tipo de empleos, pero no hacerlo sólo cuando las empresas lo necesiten, sino que haya capacidad para empezar a trabajar inmediatamente llegue las BPOs a la ciudad. Según el experto internacional esto lograría atraer mucho más este tipo de compañías.

- [MODA-IN](#)
- [DEPORTES](#)
- [POLITICA](#)
- [ECONOMICA](#)
- [JUDICIAL](#)
-
- [PRENSA ESCUELA](#)
- [OPINION](#)
- [ESPECIALES](#)
- [QUIENES SOMOS](#)
- [CONTACTENOS](#)
- [REGISTRO](#)
- [CULTURA](#)
- [EDICION DOMINICAL](#)
- [PEREIRA, TIERRA ABONADA](#)

Buscar

· Anuncios Google · [Pereira](#) [Mano De Obra](#) [Empleos Cucuta](#) [Empleos Salud](#)

[eldiario.com.co / OPINION](http://eldiario.com.co/OPINION)

OPINION

Artículo leído 161 veces.

Calificar la mano de obra

Publicado 02/09/2010

Eric Duport Jaramillo

El año anterior en uno de los consejos de competitividad con el entonces presidente Uribe, advertimos desde la Cámara de Comercio de Pereira que dentro de las posibilidades que tenía la ciudad y la región para desarrollarse estaban los BPOs que hacen parte de la estrategia de competitividad del país.

Explicábamos entonces que esta región podría ofrecer gente altamente capacitada, mejores precios, infraestructura de alta calidad y gran conectividad.

El pasado martes tuvimos en las instalaciones de la Cámara de Comercio de Pereira una importante reunión entre empresarios de BPOs, representantes de la ANDI, de la Gobernación y del Sena, donde se analizaron las posibilidades que tienen este tipo de empresas en la ciudad.

Dentro de los representantes de BPOs tuvimos al presidente de la empresa Globalization Wisdom Group Atul Vashistha, uno de los consultores más importantes del mundo en esta materia, quien después de conocer la ciudad advirtió que Pereira es perfecta para recibir compañías de este tipo.

Dentro de las cosas que destacó el consultor estaban la posibilidad de encontrar empleados para entrenar desarrollarlos en la realización de cosas más complejas lo que le daría a estas empresas posibilidades de mantenerse en el tiempo.

También resaltó el esfuerzo y trabajo en conjunto que están realizando las entidades gubernamentales, la agencias de promoción y el sector privado, que le permiten a las compañías encontrar un gran incentivo para instalarse y trabajar en Pereira.

Dentro de los puntos débiles para atraer este tipo de empresas, este experto internacional dijo que será muy importante que Pereira capacite gente para los empleos que se generan con este tipo de empresas, pe no hacerlo sólo cuando las empresas lo necesiten, sino que haya capacidad para empezar a trabajar inmediatamente lleguen las BPOs a la ciudad, pues esto lograría atraer mucho más compañías.

La prueba de las fortalezas que encuentra este consultor y la deficiencia que anuncia podríamos visualizarlas en la llegada de Yell Adworks a principio de año, empresa que además de los puntos positiv encontró resuelta la debilidad, pues había los profesionales requeridos para su operación en el área del diseño gráfico.

 [Comentar](#)  [Enviar esta nota](#)  [Compartir](#)

[1](#) [2](#) [3](#) [4](#) [5](#)

Calif.

votos

Prom: 0

Apéndice G

Correo :: Entrada: Boletín de Prensa

Página 1 de 2



Entrada: Boletín de Prensa (3 de 327)

[Marcar como:](#) Este mensaje a
[Eliminar](#) | [Responder](#) | [Reenviar](#) | [Redirigir \(g\)](#) | [Ver conversación](#) | [Lista negra](#) | [Lista blanca](#) | [Origen del mensaje](#) | [Guardar como \(w\)](#) | [Imprimir](#) | [Cabeceras](#)

Fecha: Thu, 09 Sep 2010 17:51:44 -0500 [09/09/10 17:51 COT]
De: ndelgado@camarapereira.org.co
Para: ANDRES BOTERO MOLINA <abotero@camarapereira.org.co>
Asunto: Boletín de Prensa

[¿Mostrar este HTML en una ventana separada?](#)

	
<p>BOLETÍN DE PRENSA RIESGOS DE RESPONSABILIDAD CIVIL EN RESTAURANTES Y ALIMENTOS</p>	
<p>(Pereira, de septiembre de 2010) la Cámara de Comercio de Pereira y su Centro de Estudios y Competencias Empresariales tienen abiertas las inscripciones a la conferencia: Riesgos de Responsabilidad Civil en Restaurantes y Alimentos.</p> <p>La conferencia será dictada por la abogada Maritza Alzate Buitrago, el día 16 de septiembre de 8 a.m. a 10 a.m. en las instalaciones de la Cámara de Comercio de Pereira.</p> <p>Los participantes podrán conocer los riesgos que existen en un restaurante como intoxicación, quemaduras, manchas en la ropa o en los objetos personales, incendio o explosión de hornos, ollas, sistemas de refrigeración o sistema eléctrico y accidentes con cristalería entre otros, y saber cómo asumirlos con el debido conocimiento.</p> <p>Para mayor información e inscripciones comunicarse a los teléfonos 3387852 3387809 o al e-mail cece@camarapereira.org.co</p>	
<p>MAYORES INFORMES</p>	
<p>ANDRES BOTERO MOLINA DIRECTOR DE COMUNICACIONES CARRERA 8 No 23 - 09 LOCAL 10 PISO 2 Teléfonos (57) (6) 3387815 - (57) (6) 3387800 abotero@camarapereira.org.co</p>	

Apéndice H

El primer call center 100% pereirano, prestará servicios a empresa mexicana

El emprendimiento y las ganas de sacar sus proyectos de vida a delante hicieron que dos pereiranos se unieran no sólo pensando en tener su propia empresa sino en generar empleo en la ciudad, creando una empresa 100% pereirana, para prestar servicios de comercialización a través de plataformas telefónicas, los ya conocidos call centers.

En noviembre del 2008 nace esta empresa y empieza prestando un servicio a un segmento especializado que es el de salud, con la ESE Salud Pereira, que es una entidad pública pionera en utilizar este tipo de servicio para servicio al cliente por call center, manejando lo que es citas, prescripciones médicas y seguimiento de clientes.

Este año, la empresa mexicana American Assist decidió hacer una prueba piloto con tres call centers en el país en Bogotá, Manizales y Pereira. A pesar de que Vox Mark Pereira, era el más pequeño de todos, los mexicanos decidieron que este call center prestaría sus servicios para Hispanoamérica.

Según Claudia Jaramillo, gerente general de esta empresa, los resultado de telemarketing y de productividad venta-hora-hombre, fue el mejor, por ello, American Assist decidió venir y conocer a los 100 empleados que hicieron la prueba, y fueron quienes lograron que los mexicanos escogieran a la empresa pereirana para manejar toda la operación de Latinoamérica. “Ellos son los que se llevan el merito porque por ellos fue que decidieron quedarse con nosotros” manifestó Jaramillo.

Tener la tecnología adecuada para este tipo de empresa fue importante pero lo más importante para la elección que hizo American Assist fue la calidad humana y el talento de

los pereiranos y especialmente de esos 100 que hicieron la prueba piloto. Además la capacidad de la empresa Vox Mark de manejar la logística de esos empleados, de buscar el bienestar de ellos y de ayudar a potencializar sus capacidades lograron que entre empresas mucho más grandes fueran elegidos.

Para estos pereiranos emprendedores, lo más importante dentro de su empresa son las personas que en ella trabajan, gracias a ellos es que funciona el call center, por esto dentro de sus políticas está el de capacitar y potencializar las capacidades de sus empleados en una carrera como el telemercadeo. “La idea es que la gente no rote, sino que esté contenta con su trabajo” afirmó Claudia Jaramillo al hablar de esta filosofía que busca que sus empleados tengan oportunidades de crecimiento académico y dentro de la empresa.

Gracias a esta alianza con American Assist, Vox Mark podrá generar 1200 empleos de forma paulatina en la ciudad que hoy en día tiene altos índices de desempleo. Al 15 de noviembre de este año se espera generar 350 empleos más de los 300 que ya tienen, y para enero del 2011 otros 600. Estas personas manejarían servicio al cliente y telemarketing a países como Perú, Venezuela, Chile, Argentina y Uruguay.

La idea de esta empresa pereirana es seguir creciendo y abrir otros mercados como España y Brasil, eso sí educando a los pereiranos para esta carrera con ayudas estratégicas de la Universidad Tecnológica y el Sena, que están desde ya preparando estudiantes para ampliar la oferta de empleados a los call centers que quieran instalarse y operar desde Pereira.