

**DIFUSIÓN AUDIOVISUAL DEL NÚMERO ÚNICO DE EMERGENCIAS EN EL
MUNICIPIO DE BELLO**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

Tecnología en Atención Prehospitalaria Emergencias, Urgencias y Desastres



Leidy Johana Gomez García
Johan Sebastián Leal Cardona
William Marciano Moscote González

Medellín, Colombia

2016



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

NOTA DE ACEPTACIÓN

Los suscritos miembros de la comisión Asesora del Proyecto Laboral Tecnológico: "Difusión audiovisual del numero único de emergencias en el Municipio de Bello.", elaborado por los estudiantes: LEIDY JOHANA GÓMEZ, WILLIAM MARCIANO MOSCOTE y JOHAN SEBASTIÁN LEAL del programa de TECNOLOGÍA EN ATENCIÓN PREHOSPITALARIA DE URGENCIAS, EMERGENCIAS Y DESASTRES, nos permitimos conceptuar que éste cumple con los criterios teóricos, metodológicos y de redacción exigidos por la Facultad de Ciencias de la Salud y por lo tanto se declara como:

APROBADO- SOBRESALIENTE

Medellin, 26 de octubre de 2016

ENF. JOSE CHÁVEZ
Coordinador Investigación FCS

ESP. JAIR FLÓREZ
Asesor

LEIDY JOHANA GÓMEZ
Estudiante

WILLIAM MARCIANO MOSCOTE
Estudiante

JOHAN SEBASTIÁN LEAL
Estudiante

DEDICATORIA

Se agradece primeramente a Dios por la vida, salud e inteligencia regalada. A la Corporación Universitaria Adventista por haberme permitido culminar mis estudios y formar parte de esta valiosa familia institucional, por enseñar en nosotros su misión y valores de honrados ciudadanos, nos permitieron aprender, compartir ideas y apoyarnos en la cristalización por los objetivos perseguidos para este proyecto. A nuestros profesores, quien con sus conocimientos, paciencia y ayudas concluimos esta etapa con éxito y felicidad muy importante en nuestras vidas

Gracias a cada persona e institución que hizo parte del proyecto, compartiendo conocimientos, ayudas, información y los que brindaron paciencia y creyeron que si se podía.

Esta dedicatoria va directamente para Dios que nos regala la sabiduría y fortaleza para la realización de este proyecto, a las personas que creyeron siempre en nosotros especialmente nuestros padres, a los profesores, gracias a ellos por enseñarnos, aconsejarnos y guiarnos siempre por el camino correcto tanto personal como profesional.

Les agradezco por el apoyo, orientación y experiencia que me brindaron día con día para culminar nuestra tecnología. Es un orgullo guiarnos por el camino de la salud.
Muchas gracias

“El trabajo va a ocupar gran parte de tu vida, y la única forma de estar realmente satisfecho es hacer lo que consideren un trabajo extraordinario. Y el único camino para lograrlo es amando lo que haces”

(Steve Jobs, *Discurso* en la Universidad de Stanford, en 2005)

RESUMEN

El Municipio de Bello cuenta con varios planes de desarrollo y mejoramientos territorial de riesgo y de emergencias, mediante el cual el Municipio prioriza, formula, programa y hace seguimiento a la ejecución de las acciones que concretan los procesos de conocimiento del riesgo, reducción del riesgo y de emergencias, La Administración Municipal y las entidades de socorro, pretenden orientar y optimizar el uso de recursos en la comunidad y mitigar el riesgo y por ende disminuir o eliminar la vulnerabilidad de las comunidades frente a ciertos factores de orden natural, o accidentalidades de diferentes magnitudes. (1) En estos documentos no se habla de la importancia o del desconocimiento que tiene la población del Municipio frente al tema de donde llamar en caso de riesgo o una emergencia, las personas afectadas o que se encuentran en el entorno no están educadas para realizar la solicitud del servicio adecuado, además la falta de conocimiento del número directo, ya que marcan a diferentes números como el 123 cuya jurisdicción es el área metropolitana además de aumentar el riesgo en pérdidas de vida por estar desinformados o no actuar de inmediato, esto ocurre porque el servicio se demora mientras la llamada se direcciona al Municipio correspondiente teniendo en cuenta que la respuesta inmediata en caso de ocurrir una, pertenece al Cuerpo de Bomberos Voluntarios de este Municipio, esta problemática los sigue haciendo una población vulnerable, ya que el tiempo de respuesta es más lento y por ende se desencadena especulaciones de credibilidad, orden y respeto de la población hacia el organismo de socorro. El inicio de una difusión audiovisual con publicidad del número de emergencia mitiga la desinformación y los factores desencadenantes que con ello trae.

El presente proyecto de difusión, sobre el número de emergencias del Cuerpo de Bomberos a la población en general del Municipio de Bello, se llevó a cabo realizando diferentes actividades, desde el inicio se empezó con asesorías metodológicas, contando con la ayuda profesional de la docente Lina Ortiz, las cuales se realizaron cada miércoles del presente semestre 2016-2, también se contó con asesoría temática del Docente Jair Flórez de la UNAC. Contamos con la colaboración de Cristian David Gomez, editor y animador de

medios audiovisuales, con el Cuerpo de Bomberos Voluntario del Municipio de Bello, además de otras personas que hicieron parte del proyecto. Se realizó visita a la Alcaldía de Bello con el fin de solicitar información sobre la población, temas socio.

Culturales, historia y otros. Se realizaron encuestas con el fin de investigar el grado de desconocimiento de la población de Bello de diferentes sectores, Estas encuestas se realizaron con el fin de analizar la ciudadanía del Municipio de Bello sobre el conocimiento que tienen del Cuerpo de Bomberos Voluntario del Municipio y principalmente cual es el número único directo de emergencias.

Se encuestaron 400 personas del Municipio, entre estudiantes, transeúntes, empleados del servicio público y privado, entre otros, de diferentes edades y nivel socio-económico, estas personas fueron elegidas teniendo en cuenta la diferencia de lugares donde viven dentro del Municipio, de las 400 encuestas solo se tabulan 361, por la cantidad de inconsistencias en las demás, de las cuales se obtienen los resultados más relevantes como la desinformación y la falta de conocimiento tan grande que este Municipio presenta frente a una emergencia.

Con base a esta información, seguidamente se realizó la grabación de 3 micro videos explicativos y 1 video animado publicitario utilizando como formato motion graphics en los cuales se dieron temas educativos sobre que es el cuerpo de Bomberos y principalmente el número de emergencia, siendo publicado en redes sociales y que es un recurso de acceso fácil a la sociedad, estos videos fueron grabados en la estación del Cuerpo de Bomberos de Bello con la ayuda de la fotógrafa Luisa Morales y un equipo de trabajo que con su conocimiento y experiencia fue posible el trabajo audiovisual del proyecto.

TABLA DE CONTENIDO

1.	CAPITULO 1 PANORAMA DEL PROYECTO.....	11
1.1.	JUSTIFICACION	11
1.2.	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	12
1.3.	PREGUNTA DE INVESTIGACION.....	12
2.	OBJETIVOS.....	13
2.1.	OBJETIVO GENERAL.....	13
2.2.	OBJETIVOS ESPECIFICOS.....	13
2.3.	VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	14
2.4.	LIMITACIONES	15
3.	MARCO TEORICO	17
3.1	MARCO CONCEPTUAL	17
3.2	MARCO REFERENCIAL.....	18
3.3	MISIÓN	19
3.4	VISIÓN	20
3.5	OBJETIVOS DE CALIDAD	20
3.5	Valores corporativos	20
3.6	MARCO HISTÓRICO	21
3.1.1.	Reseña histórica del cuerpo de bomberos.....	21
3.7	Inicio y Conformación	21
3.8	Reseña histórica del municipio de bello	24
3.9	MARCO GEOGRÁFICO.....	27
3.1.2.	Datos geográficos	27
3.1.3.	Cuenta con 15 veredas	27

3.10	Comunas número.....	27
3.11	Mapa de Bello (8).....	28
3.11	REGLAMENTO INTERNO BOMBEROS BELLO	30
3.1.4.	Presentación.....	31
3.12	Finalidad.....	32
3.13	MARCO TEORICO	34
3.1.5.	Desconocimiento de riesgo y emergencias.....	34
3.1.6.	Difusión del contenido audiovisual por Internet	35
3.1.7.	Producción y difusión. Relación calidad-precio:.....	35
3.1.8.	La importancia del formato: videos cortos	36
3.1.9.	Animaciones, Motion graphics y Gifs animados.....	36
3.13	Objetivo.....	37
3.1.10.	Características	37
3.1.11.	Historia.....	37
3.14	CINCO CONSEJOS PARA HACER UN MICRO VÍDEO PUBLICITARIO PERFECTO.....	38
3.15	CONOCE BIEN LA MARCA	39
3.16	PIENSA ALGO ORIGINAL	39
3.17	USA UN MENSAJE CLARO.....	39
3.18	CUIDA LA IMAGEN Y EL SONIDO	39
4.	DIAGNOSTICO O ANALISIS.....	41
4.1	BELLO DECISIÓN SOCIOCULTURAL.....	41
4.2	MANIFESTACIONES CULTURALES	41
4.3	ACTIVIDAD ECONÓMICA	42

4.4	CUADRO MATRIZ DOFA	43
5.	DISEÑO METODOLOGICO	44
5.1	ALCANCE DEL PROYECTO.....	44
5.2	METODOLOGIA DEL PROYECTO.....	44
5.1.1	Para la realización de este proyecto se trabajó sobre metas precisas utilizando estrategias como:	44
5.3	TABULACIÓN ENCUESTA.....	45
6.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	55
7.	BIBLIOGRAFIA	56

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 <i>Impacto del Proyecto</i>	16
Tabla 2 <i>Matriz DOFA</i>	43
Tabla 3 <i>Plan de Trabajo</i>	53
Tabla 4 <i>presupuesto</i>	53

LISTA DE GRAFICAS

Grafica 1 <i>Municipio de Bello distribución de barrios por comunas</i>	28
Grafica 2 <i>Comunas del Municipio de Bello</i>	29
Grafica 3 <i>Veredas del Municipio de Bello</i>	29
Grafica 4 <i>cinco consejos para hacer un micro video</i>	39
Grafica 5 <i>Estadística de emergencia</i>	46
Grafica 6 <i>Conocimiento de los cuerpos de bomberos</i>	46
Grafica 7 <i>Estadística de línea directa de bomberos</i>	47
Grafica 8 <i>Estadística del buen servicio de los bomberos</i>	48
Grafica 9 <i>Cambios que se podrían hacer a los bomberos de Bello</i>	48
Grafica 10 <i>Conocimiento para llamar a los bomberos</i>	49
Grafica 11 <i>Conocimiento de datos para llamar a los bomberos</i>	50
Grafica 12 <i>Publicidad de los bomberos de Bello</i>	50
Grafica 13 <i>Importancia y necesidad de publicidad a través de videos</i>	51
Grafica 14 <i>Redes sociales</i>	52

1. CAPITULO 1 PANORAMA DEL PROYECTO

1.1. JUSTIFICACION

Existen cuerpos de Bomberos Voluntarios en diferentes Municipios que se encargan de múltiples actividades relacionadas con la salud. El Municipio de Bello cuenta con mecanismos de respuestas para dichas emergencias, a medida que se desenvuelve la atención se han encontrado con situaciones donde la comunidad no tiene conocimiento de cómo funciona el sistema de llamadas y que de eso depende el tiempo de llegada al lugar que lo requiera.

Este proyecto se realizará con el fin de ampliar el conocimiento a la población del Municipio de Bello mediante la difusiones de 3 micro videos respondiendo a inquietudes y 1 video publicitario tomando como base motion graphics sobre la línea directa del Cuerpo de Bomberos Voluntario del Municipio, es muy importante resolver y disminuir dudas a toda la comunidad y también concientizar al personal que transita diariamente por las diferentes vías del municipio, tanto rurales como urbanas de cómo reaccionar al momento de ocurrir un accidente y saber dónde llamar inmediatamente, teniendo en cuenta que de eso depende el tiempo de respuesta de llegada del organismo.

Se tomaran encuestas en varios sectores del Municipio a personas con diferentes estratos socio-económicos y que desarrollan actividades como estudiantes, transeúntes, guardas de Transito de la Secretaria de movilidad del Municipio, a empleados de la alcaldía, además de conductores del servicio público y particular, con el fin de seleccionar las dudas más frecuentes y con base a estas realizar los micro videos resolviendo las principales inquietudes, creando la solución y lograr lo propuesto que es dar a conocer el número único de emergencias del cuerpo de Bomberos Voluntarios de Bello, que serán sostenidos en diferentes redes sociales como YouTube, Facebook, Instagram, Twitter, esperando llegar a la mayor cantidad de personas y buscar resolver y educar sobre donde llamar.

1.2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

En vista del desconocimiento de la población sobre donde llamar cuando hay una emergencia y/o urgencia en el Municipio de Bello, sea en sus hogares, sitio público, vía pública, o lugar de trabajo, las personas afectadas o que se encuentran en el entorno no están educadas para realizar la solicitud del servicio adecuado, además la falta de conocimiento del número directo, ya que marcan a diferentes números como el 123 cuya jurisdicción es el área metropolitana, por ende el servicio se demora mientras la llamada se direcciona al Municipio correspondiente, es necesario dar a conocer cuál es la línea directa y cómo reaccionar frente a esto.

1.3. PREGUNTA DE INVESTIGACION

¿Cuenta la población del Municipio de Bello con el conocimiento de donde debe llamar en caso de una emergencia y/o urgencia?

2. OBJETIVOS

2.1. OBJETIVO GENERAL

Educar y dar a conocer a la comunidad el número único de emergencias del Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Municipio de Bello por medio de difusiones audiovisuales con el fin de mejorar el tiempo en respuesta rápida para una eficiente recuperación ante la ocurrencia de emergencia.

2.2.OBJETIVOS ESPEFIFICICOS

- Analizar la aceptación que tiene el Municipio de Bello, el servicio del número único de emergencias y lo que la población conoce del Cuerpo de Bomberos Voluntarios.
- Realizar encuestas a los habitantes del Municipio con diferentes edades y nivel socio-económico
- Generar una difusión audiovisual de 3 micro videos explicativos sobre que son los Bomberos con base a las respuestas de las encuestas y 1 video publicitario sobre el número de emergencia
- Educar y Sensibilizar a la población del Municipio de Bello sobre la importancia de conocer el número único del Cuerpo de Bomberos por medio de difusión audiovisual en diferentes redes sociales
- Influir y mejorar el tiempo de respuesta para una emergencia por parte del Cuerpo de Bomberos para fortalecer las relaciones con la población.

2.3.VIABILIDAD DEL PROYECTO

El tiempo de estimación para la realización del diseño será de 4 meses de duración, donde se realizaran instrumentos, se captara información y se entregara un informe final.

Contamos con una necesidad en el Municipio de Bello y podemos contribuir a la solución ya que este es un proyecto en el que las fuentes de información están a nuestra disposición y la cifra económica para su ejecución es razonable la viabilidad puesto que su realización depende únicamente de la disponibilidad, el empeño y dedicación que este equipo de trabajo emplee para iniciar su ejecución.

2.4. LIMITACIONES

El Municipio de Bello presenta dificultades frente al desconocimiento de la población sobre el cuerpo de Bomberos y el número único de emergencia perteneciente al mismo, podríamos encontrar limitaciones sobre el interés de esta población, para educarse y sensibilizarse sobre este tema, La consecución de recursos tanto económicos como teóricos sobre la temática.

La sensación de desinterés por el tema que dificulta el acceso a la información ya sea por razones de privacidad o por la falta de rigurosidad en la administración de la misma, dificultad para los permisos para ingresar a espacios, falta de tiempo de los colaboradores o no consigamos la información necesaria en las encuestas, poca actuación de los participantes audiovisuales.

Podría causar demoras en las grabaciones. Que las reuniones grupales no sean eficaces y no rinda el tiempo para ponernos de acuerdo respecto a ideas u obtener información, daños o falta de aparatos tecnológicos, referente a las cámaras o computadores, el proyecto se podría ver afectado por los diferentes horarios de las prácticas clínico asistencial de sexto semestre que en este momento todos los integrantes cursan.

Tabla 1 *Impacto del Proyecto*

Impacto esperado	Plazo después de terminado el proyecto	Indicador verificable	Supuestos
Que parte de la población del Municipio de Bello, este educada y sepa reconocer el número único en una emergencia o según la necesidad.	Corto plazo	Social, educar	Disminuir la población de bello que no está educada respecto al número único de emergencias del municipio
Al conocer el número único de emergencias del Municipio, influya en tiempo de respuesta por parte de los Bomberos al lugar que se requiera	Mediano plazo	Respuesta, Conocer	El habitante del municipio de bello conocerá el número único en caso de emergencias, llamando directamente y en el menor tiempo posible
El Municipio de Bello, estará en condición, de llamar cuando se requiera una emergencia al número directo, haciendo eficaz el tiempo de respuesta por parte de los Bomberos, creando así un hábito cotidiano.	Largo plazo	Saber	Toda la población del municipio de Bello aplicara en su vida cotidiana el conocimiento dado sobre el número único de emergencias en el municipio de bello, brindando la información y llamando en el momento y al lugar correcto.

3. MARCO TEORICO

3.1 MARCO CONCEPTUAL

Aph: atención pre hospitalaria.

Taph: tecnólogo en atención pre hospitalaria.

Audiovisual: es un adjetivo que hace referencia conjuntamente al oído y a la vista. El contenido audiovisual, por lo tanto, emplea ambos sentidos a la vez. Por otro lado, el término también puede emplearse como sustantivo. La utilización más frecuente del concepto está vinculada al formato de difusión de contenidos que se vale de imágenes ópticas acompañadas por grabaciones acústicas. Un material audiovisual es visto y oído por el espectador. (2)

Difusión: es la forma de propagar y divulgar la información de una manera clara y objetiva.

Educación: es el proceso de facilitar el aprendizaje en todas partes, conocimientos, habilidades, valores, creencias y hábitos de un grupo de personas, las cuales también son transferidas a otras personas, a través de la narración de cuentos, la discusión, la enseñanza, la formación o la investigación.(2)

Emergencia: situación caracterizada por la alteración o interrupción intensa y grave de las condiciones normales de funcionamiento u operación de una comunidad, causada por un evento adverso o por la inminencia del mismo, que obliga a una reacción inmediata y que requiere la respuesta de las instituciones del estado, los medios de comunicación y de la comunidad en general..(2)

Impacto: el impacto de un proyecto o programa social es la magnitud cuantitativa del cambio en el problema de la población objetivo como resultado de la entrega de productos (bienes o servicios). Efectos que la intervención planteada tiene sobre la comunidad en general, cambio en el resultado de un proceso. (2)

Micro video: es un sistema de grabación y reproducción de imágenes, que pueden estar acompañadas de sonidos y que se realiza a través de una cinta magnética (2)

Respuesta: ejecución de las actividades necesarias para la atención de la emergencia como accesibilidad y transporte, telecomunicaciones, evaluación de daños y análisis de necesidades, salud y saneamiento básico, búsqueda y rescate, extinción de incendios y

manejo de materiales peligrosos, albergues y alimentación, servicios públicos, seguridad y convivencia, aspectos financieros y legales, información pública y el manejo general de la respuesta, entre otros. La efectividad de la respuesta depende de la calidad de preparación.

(2)

Organismos de socorro: son entidades que prestan servicios a la comunidad en caso de emergencia, urgencias o desastres.

Población: es el conjunto teóricamente especificado de los elementos del estudio cuyas características van a ser investigadas, las mismas que pueden ser finitas o infinitas.

Son grupos de personas, elementos etc., que poseen características similares de las cuales de obtendrá información, que se utilizara para un posterior análisis. Para elaborar este proyecto se toma como población el número de habitantes del municipio de bello. (2)

Urgencias: es el término que se utiliza para definir el suceso o accidente que ocurre de manera imprevista y que da un tiempo de espera para la atención del paciente porque su estado de salud no compromete la vida. (2)

3.2 MARCO REFERENCIAL

- La historia publicitaria del Cuerpo de Bomberos del Municipio de Bello no está escrita y no cuenta con registro de los hechos que se hicieron con el pasar de los años...

Según cuenta el Capitán Rubén Díaz perteneciente al organismo de socorro, el Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Municipio de Bello se fundó el 20 de enero de 1996, donde comenzó la estrategia para darse a conocer cómo organismo de socorro y adquirir reconocimiento, esto se realizó a medida que se atendían las emergencias y voz a voz contando que se había creado el Cuerpo de Bomberos, además utilizaron en pocas veces el periódico la prensa Bellanita. Con el pasar de los años y a medida que iban creciendo se crearon páginas webs y en redes sociales, además de canales locales mostrando un poco de lo que es y hacen los Bomberos, se destinó un número directo que ha cambiado con los años y al que rara vez llaman, ya que lo conocen pocas personas. Varios colaboradores, intentaron ayudar con la publicidad,

crear videos institucionales pero no se ha realizado ningún proyecto sobre el tema del número telefónico. (3)

- Diseño de plan de marketing social para concientizar el buen uso del servicio integrado de seguridad Ecu911 a la población de Guayaquil, creado en abril 2015 por Jesica Gabriela Rúales y Johnny Gonzalo Escobar estudiantes de administración de empresas de la Universidad Salesiana de Ecuador que consiste en desarrollar un plan de marketing social con el fin de posicionar y concientizar a un segmento específico de la población y como prioridad dar a conocer el buen uso de la línea de emergencias basándose en los resultados obtenidos en el transcurso de 3 años del Ecu911 de Samborondon. (4)

3.2 MARCO INSTITUCIONAL

El cuerpo de Bomberos voluntarios de Bello es una entidad sin ánimo de lucro, de carácter privado que se encuentra constituida desde el 20 de Enero del año 1996, prestando servicios a la comunidad Bellanita en: atención y prevención de desastres, en Incendios /// estructurales, vehiculares y forestales ///. Medio ambiente, Inundaciones. Deslizamientos y Demás calamidades conexas, bajo el principio universal de salvaguardar vidas y bienes en cumplimiento de la ley 1575 del 21 de Agosto del 2012, resolución 0661 del 26 de Junio del 2014 y demás normas concordantes.

Cuenta con un personal idóneo, capacitado y entrenado en diferentes áreas para la atención de emergencias como son en atención pre hospitalaria en áreas protegidas de pacientes por accidente común, laboral, entre otras.

3.3 MISIÓN

Somos una asociación cívica sin ánimo de lucro, dedicada a salvaguardar vidas, bienes y el medio ambiente. Contamos con personal capacitado en la prevención, atención y rehabilitación de las emergencias, buscando progresivamente la protección de la comunidad en general...

3.4 VISIÓN

Ser una institución líder a nivel departamental y nacional, implementado un modelo integral de calidad. Trabajando en el mejoramiento continuo con eficiencia y eficacia en nuestros servicios.

3.5 OBJETIVOS DE CALIDAD

Fortalecer las condiciones operativas y educativas de nuestro personal para proteger efectivamente vidas, bienes y medio ambiente.

Asegurar e incrementar la sostenibilidad económica de la institución. Fortalecer los procesos de la infraestructura y la organización interna.

Fortalecer los valores de nuestros bomberos en la institución y en la comunidad.

Fortalecer el factor salud en miras a la seguridad del paciente y a la acreditación de los procesos. Tratar de manera adecuada y oportuna, las quejas y sugerencias de los usuarios.

3.6 POLÍTICAS DE CALIDAD

Es política de calidad brindar a la población Bellanita un sistema de prevención y administración integral de emergencias, eficiente, eficaz y confiable; comprometida con la protección del medio ambiente y los recursos no renovables.

Garantizar que los servicios ofrecidos se lleven a cabo, asegurando el cumplimiento de los tiempos asignados y estipulados para la prestación del servicio.

3.5 VALORES CORPORATIVOS

Respeto: respetamos la dignidad del ser humano sus valores y creencias reconociendo nuestras diferencias.

Compromiso: cumplimos con los servicios que ofrecemos y aceptamos las metas y estrategias como propio cumplimiento, cumplimos oportunamente nuestro compromiso, continuidad y calidad del servicio.

Vocación de servicio: gozamos y disfrutamos de los que hacemos, damos respuesta a las necesidades de nuestros usuarios y colaboradores de forma oportuna, amable y efectiva.

Honor: cumplimos con nuestro deber con entusiasmo, entrega y amor por la comunidad.

Abnegación: renunciamos voluntariamente a los propios deseos, afectos o intereses en beneficio de otras personas.

Disciplina: nos respetamos para dar respeto a los demás. (6)

3.6 MARCO HISTÓRICO

3.1.1. Reseña histórica del cuerpo de bomberos

El Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Bello fue fundado el 20 de enero de 1996 con escritura pública 236 de la notaria segunda de Bello con el registro de la cámara de comercio N° 235 Personería Jurídica número 026 del 19 de octubre de 1998 emanada de la Secretaria de Gobierno del Departamento de Antioquia y NIT N°811.009.952-1.

La institución inicia labores en propiedad el 23 de enero de 1996, y se conforma legalmente según la ley 322 de octubre de 1996, modificada por la ley 1575 de 2012.

El Cuerpo De Bomberos Voluntarios De Bello, cumple 20 años como una entidad privada sin ánimo de lucro, dedicada a salvaguardar vidas y bienes, presentando sus servicios de atención, control y prevención de incendios, capacitaciones, asesorías técnicas a las empresas, servicios de áreas protegidas y atención pre hospitalaria a la población Bellanita.

3.7 INICIO Y CONFORMACIÓN

El 17 de Enero de 1996 a eso de las 22 horas en una noche de tertulia, los señores Pedro Iván Gómez, Juan Carlos Patiño, Erasmo Franco y Rubén Darío Díaz, optaron por aventurarse en una descabellada idea de conformar un Cuerpo de Bomberos para nuestro municipio.

Al día siguiente de dicha idea, se presenta al municipio una carta dirigida al comité local de emergencias, donde se daba a conocer las necesidades que se tenía para tal grupo que quería trabajar por la seguridad de nuestro municipio, esta carta también es enviada al Dr. OSCAR SUAREZ MIRA alcalde municipal del momento.

A la semana siguiente después de haber tenido tan grande idea, se conforma el primer consejo de oficiales quedando conformado así: - Comandante el Sr. Pedro Iván Gómez - Subcomandante el Sr. Juan Carlos Patiño - Oficiales: Subteniente Rubén Darío Díaz y Subteniente. Erasmo Franco.

Se inició pidiendo un alojamiento para poder comenzar los trabajos Bomberiles y fue así como hicimos contacto con el secretario de gobierno Dr. Carlos Piedrahita Pérez y el director de prevención y atención de desastres (antes llamada oficina de vigilancia y apoyo), Ingeniero Hernando López, el cual nos asignó la misma casa donde funcionaba seguridad y control ubicada en la Calle 53 N° 49 - 69. Se trabajaba arduamente, con muy pocas herramientas y equipos ya que la mayoría de los implementos los comprábamos con el esfuerzo de cada uno de los integrantes.

Una de las fechas más importantes para la institución naciente, fue en el mes de Febrero del mismo año cuando se prestó el servicio en la primera emergencia, estábamos como los que sabemos “estrenando lazo” pero mal de equipos para prestar el servicio.

El transporte para los Bomberos se realizaba en uno de los vehículos del municipio; lo llamaban OK11 u OK13 o nos apoyaba el coordinador de emergencias del momento el señor Orlando Ortega Delgado en el vehículo de su propiedad, un campero Nissan azul.

Pasados 6 meses del nacimiento de nuestro Cuerpo de Bomberos el comandante de esta, sale de la institución avasallado por algunos problemas personales y toma la comandancia el capitán Juan Carlos Patiño y como subcomandante queda el Subteniente. Erasmo Franco.

En agosto de 1996 al fin “nuestro primer equipo de protección” compramos uniformes para todos (OVEROLES) entre nosotros mismos. Nos prestaron 32 cascos, conseguimos pantalón y camisetas para los entrenamientos y adoptamos el primer escudo de la institución.

En septiembre de 1996 se realizó otra coleta entre todas las unidades para poder registrar la institución en la cámara de comercio y así se hizo. El 25 de ese mes se registró. Para esa fecha los Bomberos ya se tenía el dato de haber atendido alrededor de 224 emergencias.

Seguía la lucha por mejorar el lugar donde estaba funcionando la institución, así fue que al término de 7 meses nos trasladamos para Carrera 53 N° 51 - 13 en el Barrio Pérez, frente a la Institución Educativa Divina Eucaristía, en la cual estuvimos ubicados allí cerca de 13 meses. En el colegio, nos acogieron con mucho cariño y nos permitieron realizar allí los entrenamientos todos los sábados a tal punto que hasta los educadores llegaban a participar de dichos entrenamientos.

La prueba de fuego de los bomberos se presentó en ese mismo año cuando se presentó el llamado FENOMENO DEL NIÑO el cual desde el mes de junio del 1997 hasta marzo de 1998 se presentaron en nuestro municipio 1156 incendios forestales.

El 19 de octubre de 1998 conseguimos la personería jurídica 026 emanada de la Secretaria de Gobierno del Departamento de Antioquia, donde empezamos a hacer gestión para la consecución de una maquina extintora. Se da inicio a las primeras gestiones impulsado por el señor Orlando Ortega, coordinador de emergencias del momento y el señor alcalde de la época Dr. Oscar Suarez Mira. Así fue como llega la primera maquia de bomberos importada desde el estado de Georgia Estados Unidos en el condado de carrol con un valor de 45.000 dólares.

Como ya contábamos con la maquina extintora, la administración municipal del momento nos ubicó en el parque recreativo Tulio Ospina, donde permanecimos alrededor de 10 años, un lugar que le faltaba bastante adecuación para poder funcionar cómodamente como Cuerpo de Bomberos, pero con la ayuda de todos los integrantes de la institución se lograron algunas mejoras. Ya se trabajaba con un grupo más numeroso, alrededor de 60 unidades Voluntarias.

En el año 2001 se realiza la consecución de la segunda maquina extintora, (la maquina N° 2 de placas OKA 651) donada por el área metropolitana, con el apoyo nuevamente del Señor Oscar Suarez Mira director del área metropolitana del momento.

Del año 2002 al año 2005, la comandancia estuvo a cargo del señor Diego Raúl Arboleda el cual sale avasallado por inconvenientes personales con la institución, en esta época se realiza la consecución de la primera ambulancia de transporte básico con placas LAT 874.

A finales del año 2005 la institución realiza un convenio con la empresa CORPREVENIR donde los resultados no fueron los mejores y se evidencio un retroceso en varios procesos administrativos. A mediados del 2006 la institución retira este convenio y regresa al sistema normal de comandancia y consejo de oficiales, allí se nombra como comandante al Subteniente Orlando Herrera, quien estuvo en este cargo hasta el año 2010 y como Subcomandante continuó el Teniente RUBEN DARIO DIAZ.

Para el mes de Octubre del año 2009 se debe hacer entrega del espacio que utilizamos por 10 años en el parque recreativo Tulio Ospina y fuimos trasladados al barrio La Gran Avenida, ubicado en la carrera 50 N° 33 - 09 autopista Norte, en donde funcionamos por termino de 14 meses, a partir de este momento la historia de Bomberos cambio asumiendo la comandancia el Capitán. Nelson Antonio Zuluaiica Patiño, En el mes de diciembre del año 2010 nuevamente somos reubicados pero esta vez en un espacio el parque de artes y oficio (antiguó taller del ferrocarril de Antioquia), lugar que fue, y ha sido trabajado por cada uno de los bomberos de nuestra estación.

Durante el tiempo que llevamos en este lugar en cabeza de la comandancia y el consejo de oficiales se vio la necesidad de mirar la institución como una empresa, es así donde se adopta esta mentalidad fortaleciéndonos con un grupo de funcionarios administrativos que empezaría a enmarcar la ruta trazada, tarea que nos ha costado sacrificio y grandes esfuerzos pero que para el año 2013 se empezaron a evidenciar todos los resultados logrados, convirtiéndonos así en uno de los mejores Cuerpo de Bomberos Voluntarios del País, por su profesionalismo, su capacidad de respuesta, su agradable clima laboral, su compromiso con la sociedad y el medio ambiente entre otras más. (6)

3.8 RESEÑA HISTÓRICA DEL MUNICIPIO DE BELLO

- Fecha de fundación: 1676
- Fecha de erección: 1913
- Nombre del fundador: Don Gaspar de Rodas

Recibió este nombre en honor al gran amigo de Marco Fidel Suárez, Andrés Bello.

- Qué otro nombre ha tenido: Hato Viejo
- Gentilicio: Bellanita
- Apelativos del municipio: Cuna de Marco Fidel Suárez, Cuna de Artistas

Según las crónicas, fue en julio de 1541 cuando tropas al mando de Jerónimo Luis Téjelo (Teniente del Mariscal Jorge Robledo) hallaron el ancho valle de Los Aburrá, indígenas agricultores que tenían “un hábitat organizado por grupos con viviendas esparcidas, formando conjuntos de casas”. Eso se dio especialmente en el poblado de los Niquías, que ocuparon el territorio que hoy se denomina Bello.

En 1574 el súbdito español Gaspar de Rodas pidió merced de tierras sobre el Valle de Aburrá al cabildo de Santa Fé de Antioquia para establecer en él “Hatos de Ganado y estancias de Comida”, y proveer de alimentos a la empresa conquistadora.

En 1576 el capitán de Rodas entró a ejercer su dominio y el de la Corona Española, con la utilización del territorio como corrales, rancherías y hatos.

A partir de 1613 comenzó a llamarse Hatoviejo en vez de Hato de Rodas o Hato de Aburrá para distinguirlo de otros hatos posteriores.

En este contexto los colonizadores ejercieron su hidalguía, entendida como "aquella filosofía nobiliaria que reaccionaba contra las innovaciones". Es así que dotaron a sus hatos con capillas, para significar prestigio y noble origen, y es así que se puede colegir que en el Bello de la colonia no se dio una fundación que “implicara un trazado regular de plazas y calles. Hatoviejo no fue una villa como lo fue en su comienzo la Villa de la Candelaria”. Se construyeron las capillas de Nuestra Señora de Chiquinquirá (en 1653), Nuestra Señora del Rosario (1720), Nuestra señora de Sopetrán (en la Madera, en 1775) y Nuestra Señora de Guadalupe (en Fontidueño, 1761).

En Hatoviejo el espacio estuvo organizado de acuerdo con el rol económico de sus gentes. Era común la referencia “Calle arriba y Calle Abajo”, que tomaba como punto central la plaza y la Iglesia del Rosario.

El 28 de diciembre de 1883 el “Ciudadano Presidente” del Estado de Antioquia le cambió el nombre al corregimiento de Hatoviejo por el de Bello, ante solicitud de un grupo de

pobladores que consideraban que la denominación "Hato" los hacía despreciados y humillados por ser hato un sitio para animales. En cambio el nombre de Bello es "Más culto, más propio y más digno del gran patriarca de las letras americanas" (don Andrés Bello).

Las primeras décadas del siglo XX marcarían para el municipio su destino como receptor de migrantes que vieron aquí una esperanza de trabajo por la naciente industrialización. La posición geográfica y estratégica no solo favorecían las actividades agrícolas y ganaderas, sino que eran una buena alternativa para el asiento de empresas de la ascendente burguesía medellinense. Eso además del clima agradable, la línea del ferrocarril y numerosas fuentes hídricas aptas para el consumo y la generación de energía. En ese escenario se fundó en 1902 la "Compañía Antioqueña de Textiles". Se escogió para la construcción de la sede locativa el sector de Bellavista, por su proximidad a la quebrada la García. Esta empresa se fusionó en 1905 con la "Compañía de Tejidos de Medellín" para marcar de esta manera la vocación industrial de la localidad y propiciar un importante proceso migratorio por años.

El hito económico del municipio fue la fundación de la Fábrica de Hilados y Tejidos del Hato, Fabricato, el 7 de agosto de 1923. Fue así que la actividad industrial textil caracterizó y marcó a la población Bellanita por varias décadas. En 1983 sucedió una gran huelga en esta textilera -supuestamente orquestada por los patronos para permitir la relocalización industrial y la liquidación de trabajadores-, lo que empujó a la transformación económica del municipio, representada principalmente en la actividad de servicios de mediana y baja complejidad y en la economía informal. Aunado a este fenómeno, y conforme a políticas nacionales de promoción y construcción de vivienda de interés social, Bello fue receptor de un gran flujo migratorio del Valle de Aburrá y otras áreas del Departamento que buscaban aquí la posibilidad de tener un techo propio. Sólo que debido a la negligencia de las autoridades locales este inusitado proceso urbanizador no estuvo acompañado de una adecuada política planificadora que velara por la debida dotación de servicios públicos, comunitarios y de equipamientos. Es decir, que se notara la presencia y función reguladora y asistencial del Estado (7)

3.9 MARCO GEOGRÁFICO

3.1.2. Datos geográficos

Bello hace parte del Valle de Aburra, un valle de la Cordillera de los Andes.

- Número de habitantes: 500.000
- Extensión en Km²: 149
- Altura sobre el nivel del mar en metros: 1.450
- Este valle está totalmente urbanizado en su parte plana, y muy ocupado en sus laderas. Al valle lo cruza el Río Medellín, el cual corre en dirección sur-norte, y a lo largo de sus 70 kilómetros recibe en su recorrido el tributo de 57 quebradas.
- El principal accidente topográfico es el Cerro Quitasol (montaña piramidal, de 2.880 metros de altura sobre el nivel del mar), ubicado al norte del municipio y considerado por su imponente como el cerro tutelar de Bello.
- La ciudad, por estar ubicada en la zona tórrida, no registra cambios estacionarios del clima.
- Bello cuenta con una infraestructura de 4 hospitales, 1 clínicas, 4 Centros de Salud y 1 puesto de salud en la zona rural. Además del servicio privado de salud, el servicio público de salud está a cargo de la Secretaría de Salud. (7)

3.1.3. Cuenta con 15 veredas

Potrerito, Hato Viejo, Primavera, Granizal, Tierra dentro, Guasimalito, El Carmelo, Ovejas, La Palma, Sabanalarga, La Unión, La China, Cerezales, Cuartas, El Tambo.

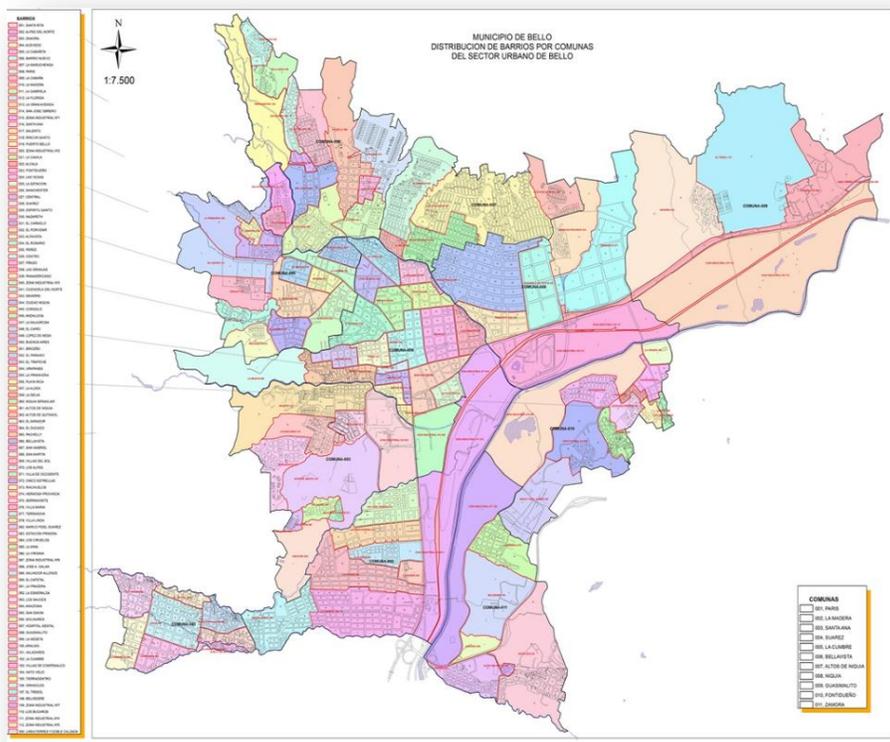
3.10 COMUNAS NÚMERO

1. París: 8 barrios
2. La Madera: 7 barrios
3. Santa Ana: 6 barrios
4. Suarez: 18 barrios
5. La Cumbre: 12 barrios

- 6. Bellavista: 10 barrios
 - 7. Mirador y Altos de Niquía: 4 barrios
 - 8. Niquía: 6 barrios
 - 9. Fontidueño: 5 barrios
 - 10. Acevedo: 6 barrios
- Total barrios: 82 (7)

3.11 MAPA DE BELLO (8)

Grafica 1 *Municipio de Bello distribución de barrios por comunas*



Grafica 2 Comunas del Municipio de Bello



Grafica 3 Veredas del Municipio de Bello



9.6 MARCO LEGAL O NORMATIVO

- Ley 322 de 1996: Por la cual se crea es Sistema Nacional de Bomberos de Colombia y se dictan otras disposiciones. (9)
- Ley 1575 "por medio de la cual se establece la ley general de bomberos de Colombia" (10)
- Resolución 0661 de 26 de junio de 2014: "Por la cual se adopta Reglamento, Administrativo, Operativo Técnico y Académico de los Bomberos de Colombia" (11)
- Ley 1523 de 2012 (abril 24): Por la cual se adopta la política nacional de gestión del riesgo de desastres y se establece el Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres y se dictan otras disposiciones (12)
- Ley 182 de 1995 (enero 20): Derogada por el art. 32 de la Ley 1150 de 2007, en lo que resulte contrario a ésta "Por la cual se reglamenta el servicio de la televisión y se formulan políticas para su desarrollo, se democratiza el acceso a éste, se conforman la Comisión Nacional de Televisión, se promueven la industria y actividades de televisión , se establecen normas para contratación de los servicios, se reestructuran entidades del sector y se dictan otras disposiciones en materia de telecomunicaciones" (13)
- Ley 814 de 2003 (julio 2): Reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 763 de 2009 "Por la cual se dictan normas para el fomento de la actividad cinematográfica en Colombia" (14)
- Ley 23 de 1982: "todo sobre derechos de autor" Unidad administrativa del ministerio del interior de Colombia maneja toda la normatividad sobre derechos de autor (15)

3.11 REGLAMENTO INTERNO BOMBEROS BELLO

Capítulo 1: creación, naturaleza, objeto y domicilio

Artículo 1.- Creación. El CUERPO DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DE BELLO, es creado el 20 de enero de 1996, debidamente reconocido mediante Personería Jurídica número 026 Del 19 de octubre de 1998 emanada de la Secretaria de Gobierno del

Departamento de Antioquia con Nit: 811009952-1. Registrada en la Notaria N°2 del circuito del mismo municipio con escritura pública 236 realizada el 23/02/1996.

Artículo 2.- Naturaleza. El CUERPO DE BOMBEROS VOLUNTARIOS DE BELLO Es una Entidad cívica, sin ánimo de lucro, de utilidad común, no gubernamental, de carácter privado, integrado por personas naturales. Se rige por la Constitución Nacional, la Ley 1575 del 21 de Agosto del 2012 (el cual deroga la 322 del 4 de octubre de 1996), por el decreto 0661 (reglamento, administrativo, operativo, técnico y académico de los Bomberos de Colombia) (el cual deroga la 953 del 3 de abril de 1997), por la Resolución 3580 del 10 de diciembre de 2007, por el presente Estatuto, los Reglamentos Internos de la Institución y demás normas concordantes.

3.1.4. Presentación

El fuego ha sido un elemento devastador en la historia de muchas ciudades y desde la antigua Roma. Los bomberos son reconocidos como un grupo de hombres que extinguen incendios cuidan el medio ambiente y atienden otras calamidades conexas, en una fábrica, una casa, un bosque etc. Trajes especiales y cascos los protegen del intenso calor y de los gases venenosos, pero su trabajo es duro y peligroso. En un incendio, el equipo humano, además de tratar de contener y extinguir el fuego, realiza las operaciones de rescate necesarias, protege las áreas cercanas y dirige el trabajo de salvamento y en la actualidad otras muchas actividades que la comunidad desconoce.

El cuerpo de bomberos voluntarios de BELLO consiente de la gran responsabilidad con la comunidad en la prevención y acciones de atención inmediata en casos en que estén en detrimento las vidas humanas y bienes materiales, consideran necesario formular las normas internas que fortalezcan la calidad de sus servicio y el fortalecimiento en valores de los hombres y mujeres que lo conforman amparados en Los estatutos y reglamentos internos, la ley 1575 del 2012, la resolución 0661 del 2014 y demás normas concordantes.

Las normas establecidas en este reglamento serán de adopción obligatoria y su incumplimiento se aplica a todos sus miembros y en todos los niveles desde el ingreso.

3.12 Finalidad

Artículo 1. El cuerpo de bomberos voluntarios de BELLO tiene como fin primario la prevención en todas la formas posibles de emergencias y desastres tales como: extinción de incendios en viviendas, estructurales, forestales, accidentes de tránsito, explosiones por cualquier motivo, el mal uso del gas natural, derrames de productos químicos, desastres naturales y cuidado del medio ambiente demás sucesos conexos que ocurran dentro del municipio de BELLO y fuera de su jurisdicción siempre y cuando sea solicitado por otro estamento y autorizado por los superiores a cargo, bajo los principios de la solidaridad y servicio.

Artículo 2. OBJETO: “El Reglamento de Disciplina tiene por objeto asegurar la legalidad, moralidad, imparcialidad, responsabilidad, cooperación y eficiencia en la prestación del servicio público esencial de la actividad Bomberil, mediante la aplicación de un sistema que regula la conducta de los bomberos”. (Decreto 0661 del 2014)

Artículo 6. FUNCIONES

El Cuerpo de Bomberos voluntarios de BELLO tendrán las siguientes funciones:

- a) Atender oportunamente las emergencias relacionadas con incendios, explosiones y calamidades conexas;
- b) Investigar las causas de las emergencias que atiendan y presentar su informe oficial a las autoridades correspondientes;
- c) Desarrollar campañas públicas y programas de prevención de incendios, cuidado del medio ambiente y otras calamidades conexas.
- d) Servir de organismo asesor de los distritos, municipios, territorios indígenas, áreas Metropolitanas y asociaciones de municipios, en seguridad contra incendios y calamidades conexas en caso de ser solicitada.
- e) Colaborar con las autoridades en el control de las necesidades obligatorias de seguridad contra incendios y desarrollar su supervisión y control en los demás casos en que se requiera.
- f) Apoyar a los Comités Locales de Prevención y Atención de Desastres en asuntos Bomberiles cuando éstos sean requeridos.

g) Ejecutar los planes y programas que sean adoptados por los órganos de la Dirección Nacional de Bomberos de Colombia.

h) Promover ante las autoridades competentes, con la debida autorización de su representante legal, aportando las pruebas respectivas, investigaciones penales o disciplinarias contra quienes hayan causado perjuicio con ocasión de los incendios y calamidades conexas a cargo de la institución Bomberil. Esta función será asumida solamente en ejercicio del servicio.

Artículo 10. INHABILIDADES: Son inhabilidades las siguientes:

1. Hallarse en interdicción judicial.
2. Padecer afección física o mental previamente calificada, que comprometa la capacidad necesaria para el debido desempeño de sus funciones.
3. Haber sido condenado por delito sancionado con pena privativa de la libertad, excepto cuando se trate de delitos contra el patrimonio del Estado. Esta inhabilidad será definitiva para el desempeño de cualquier función dentro del cuerpo de bomberos.
4. Quienes se encuentren excluidos de la profesión de bomberos.
5. Haber sido destituido o suspendido por tercera vez en el cuerpo de bomberos con ocasión de una falta disciplinaria, dentro de los cinco (5) años anteriores.
6. Presentar problemas psíquicos con intentos de homicidio en su propia vida o de otras unidades de la institución.
7. Presentar problemas de drogadicción, consumo de licor permanente, sustancias alucinógenas u otras patologías que puedan perjudicar la labor Bomberil.

Artículo 20. Decálogo de disciplina.

1. El bombero voluntario y de planta del C: B: V: de BELLO es digno de la confianza de sus compañeros, de su administración y de la comunidad.
2. Es ordenado en su aseo personal y porta su uniforme con pulcritud y orgullo.
3. Obedece su sentido común y el conducto regular según las situaciones que se presenten.
4. Demuestra en sus comportamientos y vocabulario dignidad, valores y ética con sus compañeros, sus administradores y la comunidad en general.
5. El bombero se preocupa por promover la prevención y ayudar a su prójimo.
6. El bombero protege la naturaleza, el medio ambiente y el bien ajeno.

7. Es comprometido con su formación personal Bomberil.
8. Es leal a su cuerpo de bomberos y a sus superiores.
9. Cuida su equipo personal, institucional y material Bomberil como si fuera propio.
10. Participa activamente de las relaciones y entrenamientos programados por la institución
11. Es puntual en reuniones, emergencias y en su lugar de trabajo.
12. Se prepara constantemente para prestar un buen servicio, tanto a la institución, como a la comunidad en general (16)

3.13 MARCO TEORICO

3.1.5. Desconocimiento de riesgo y emergencias

El Municipio de Bello cuenta con varios planes de desarrollo y mejoramientos territorial, claro ejemplo, el Plan Municipal de Gestión del Riesgo de Desastres que es el instrumento mediante el cual el Municipio prioriza, formula, programa y hace seguimiento a la ejecución de las acciones que concretan los procesos de conocimiento del riesgo, reducción del riesgo y de manejo de desastres. Como herramienta para el Consejo Municipal de Gestión del Riesgo de Desastres, La Administración Municipal y las entidades de socorro, se pretende orientar y optimizar el uso de recursos en la comunidad enfocados en mitigar el riesgo y por ende disminuir o eliminar la vulnerabilidad de las comunidades frente a ciertos factores de orden natural o antrópico. (17)

En estos documentos no se habla de la importancia o del desconocimiento que tiene la población del Municipio frente al tema de donde llamar en caso de riesgo o una emergencia de la cual la respuesta inmediata en caso de ocurrir una, pertenece al Cuerpo de Bomberos Voluntarios de este Municipio, esta problemática los sigue haciendo una población vulnerable, ya que el tiempo de respuesta es más lento y por ende se desencadena especulaciones de credibilidad, orden y respeto de la población hacia el organismo de socorro, además de aumentar el riesgo en pérdidas de vida por estar desinformados o no actuar de inmediato. El inicio de una difusión audiovisual con publicidad del número de emergencia mitiga la desinformación y los factores desencadenantes que con ello trae.

3.1.6. Difusión del contenido audiovisual por Internet

Vivimos en la era del vídeo, y cada vez más, en la era del vídeo por Internet. Es una evolución lógica, pues primero fue la fotografía el mayor objeto de consumo de internet, y ahora, le toca al vídeo. Esto no ha ocurrido de la noche a la mañana, pues en parte se ha visto posibilitado en el plano técnico por la mayor velocidad disponible en las conexiones a internet.

Los datos de usuarios, producción y consumo de vídeo online no dejan lugar a dudas: se trata ya de uno de los aspectos de mayor importancia en todos los procesos de comunicación, cualquiera que sean sus características. Usuarios, empresas e instituciones convergen en un amalgama de roles en el que todos son, simultáneamente, incipientes productores y consumidores masivos del vídeo producido por el resto de las partes. Ahora el líder es el contenido generado por los propios usuarios, que se comunican entre sí a través de este nuevo lenguaje.

Hasta hace poco, la capacidad de producir y difundir contenido audiovisual estaba limitada a los pocos que tenían la capacidad y los recursos para hacerlo. Actualmente, la generalización de los ordenadores personales y muy especialmente de los dispositivos y de las conexiones móviles, sumadas a la aparición de numerosas herramientas de bajo coste y uso sencillo han roto esa barrera, permitiendo acceder a todo el potencial del vídeo online a la práctica totalidad de usuarios de la Red.

3.1.7. Producción y difusión. Relación calidad-precio:

Una de las principales ventajas del vídeo online es que no exige grandes inversiones, haciendo asequibles sus ventajas a todo tipo de usuarios. En este sentido, hay que destacar la existencia y proliferación de un gran número herramientas de producción y difusión gratuitas o de bajo coste, que no requieren de un conocimiento especializado para realizar producciones con unos niveles de calidad muy altos (18)

3.1.8. La importancia del formato: videos cortos

Microvideos, video capsula, gits animados y animaciones

Instagram, Twitter y Facebook los están poniendo de moda. Permiten generar tráfico y diálogo en las redes. La cultura y la comunicación siempre se ha forjado allí donde se dialoga, donde las personas interactúan generando ideas; y hoy, ese debate se produce, en muchos casos, a través de la red. La mejor manera que tiene una empresa para empezar con vídeo marketing es centrarse en la creación de vídeos cortos en lugar de vídeos muy largos. Las Posibilidades comunicativas de un vídeo viral y breve: No más de 2 minutos en la red; las posibilidades son enormes, ya que el “efecto viral” puede ser impredecible. El microvídeo no sólo es eficaz para comunicar sino que también logra un buen posicionamiento en internet.

- Los consumidores cuentan con un periodo de atención reducido y no suelen ver los vídeos de YouTube hasta el final, sobre todo si son de mayor extensión.
- A nivel productivo es más rápido, económico y sencillo crear gran cantidad de vídeos cuando no son de larga duración.
- Ahorras costes y presupuesto, ya que la fase de edición de los vídeos es más rápida y sencilla que la de los vídeos extensos.

Los medios sociales son plataformas de publicación de contenido en las que cada vez se encuentra más presente el audiovisual. Los cambios que introduce la digitalización no son meramente coyunturales o accesorios, sino que suponen un cambio profundamente estructural: nos encontramos ante un nuevo tipo de consumo más elástico y diversificado.
(18)

3.1.9. Animaciones, Motion graphics y Gifs animados

Aparecen nuevos formatos o categorías audiovisuales, cuya estructura formal se basa en lo que se denomina el “clip”, “cápsula” o “píldora” de vídeo, sea grabada o de animación, también llamados “motion graphics” o gráficos animados, que dotarán de dinamismo y frescura a los contenidos de las redes sociales. Son micro-relatos que favorece la segmentación de los contenidos y de los públicos. Se trata de vídeos de corta duración e

impacto y en los que cobra vital importancia la indexación y etiquetado por palabras clave o tags

Un motion graphics traducido literalmente es "grafismo en movimiento". Es un vídeo o animación digital que crea la ilusión de movimiento mediante imágenes, fotografías, títulos, colores y diseños. Resumiendo, un motion graphics se define como una animación gráfica multimedia en movimiento. (18)

3.13 Objetivo

Es un medio publicitario muy dinámico que se puede utilizar para: vídeos corporativos de empresa; postproducción audiovisual; presentaciones interactivas; eventos; exposiciones de proyectos y autoría DVD

3.1.10. Características

- Aunque gracias al movimiento pueda crear ilusión de 3D, los *motion graphics* suelen ser en 2 dimensiones, aunque también pueden ser en 3D.
- El formato de proyecto audiovisual está sujeto al formato rectangular apaisado.
- No todos los elementos de un *motion graphics* han de moverse, simplemente tiene que crear esa ilusión. Por ejemplo, un título puede agrandarse, desaparecer o cambiar de color, sin necesidad de estar en movimiento.
- En realidad, están más cerca del diseño 4D, ya que al tiempo se le considera la cuarta dimensión. El movimiento no se podría crear sin el tiempo.
- Al ser un elemento multimedia, reúne en una misma producción elementos de la misma naturaleza: gráficos vectoriales, mapas de bits, recursos de vídeo y recursos de audio.

3.1.11. Historia

No se sabe con certeza cómo o cuándo surgió lo que ahora se llama motion graphics. Se reconocen presentaciones desde 1800 que se podrían considerar motion graphics con las posibilidades técnicas de la época. Pero no fue sino hasta 1960 cuando uno de los padres de la animación digital, John Whitney, acuñó este término. John Whitney fue el creador de los

títulos de crédito de la película *Vértigo*, de Alfred Hitchcock, junto con el diseñador gráfico Saúl Bass. Más tarde creó su propia empresa de producciones, Motion Graphics Inc. El gran pionero fue Saúl Bass, creador de animaciones digitales especializado en producciones cinematográficas. Ha trabajado para títulos míticos, entre ellos algunos de Hitchcock o de Martin Scorsese. Por entonces era sólo un término utilizado por profesionales, hasta que los diseñadores Trish y Chris Meyer escribieron el libro *Creación*. Formaron más tarde el estudio Chris Design. En España, tardó unos años más en llegar el concepto y en hacer funcionar estudios de diseño gráfico en varias ciudades del país. Por otra parte, el importante ritmo de crecimiento de los tablets, el Ipad, y de televisores con conexión a internet, favorece aún más la difusión de estos contenidos online, ya que cada vez resultará más cómodo al usuario acceder a esos contenidos audiovisuales. (18)

3.14 CINCO CONSEJOS PARA HACER UN MICRO VÍDEO PUBLICITARIO PERFECTO

Cada día se crean y publican en Internet miles de vídeos publicitarios. Grandes y pequeños spots que se utilizan para promocionar las marcas de una forma entretenida, para resultar menos invasivas al consumidor. Cuentan historias, explican momentos, transmiten sensaciones... El poder del audiovisual es ilimitado. Un micro vídeo, además, es amigo de la viralidad. Aquí te contamos las cinco claves básicas para que tu micro vídeo publicitario sea perfecto.

Grafica 4 cinco consejos para hacer un micro video



3.15 CONOCE BIEN LA MARCA

Es básico. Parece una obviedad, pero muchas veces se cae en el error de no estudiar en profundidad la historia de la marca, su evolución, su proyección, su público, etc. Conocer todo eso nos ayudará a proyectar con mayor acierto lo que se quiere transmitir y hacer que esto interese realmente al público, tanto al que ya es fiel como al que aún no se ha acercado.

3.16 PIENSA ALGO ORIGINAL

Y no lo dejes escapar. Una vez se te haya ocurrido esa idea en la que crees, desarrolla el guion. Hazlo rápido para impedir que las ideas se te escapen. Déjalo reposar y vuelve a retomararlo para mejorar.

3.17 USA UN MENSAJE CLARO

Generar dudas sobre lo que se quiere contar o transmitir es un gran error. Los malentendidos han sido la causa de muchas crisis de reputación y un vídeo de pocos segundos es susceptible de ser malinterpretado sino se transmite claramente lo que se quiere. Conciso y directo, así debe ser tu micro vídeo.

3.18 CUIDA LA IMAGEN Y EL SONIDO

Uno de los grandes errores que se comenten cuando los vídeos están pensados para ser difundidos a través de redes sociales e Internet es pensar que todo vale. Que entre los vídeos que se cuelan a diario haya muchos realizados con un móvil de calidad media y sin postproducción ninguna, y que acumulan muchas visualizaciones, no es motivo para caer

en lo mismo. Un micro vídeo de marca tiene que estar muy cuidado. La calidad de la imagen debe ser la máxima posible, al igual que el sonido. Aunque simule ser un vídeo casero por motivos de estrategia, no puede hacerse sin cuidar hasta el mínimo detalle.

5.- Piensa en el momento adecuado para lanzarlo

Calendarizar los contenidos que proyecta una marca es algo básico para cualquier estrategia de marketing digital. Un micro vídeo forma parte de ello y por eso hay que tener claro cuál es el momento preciso para lanzarlo. Puede ser un contenido que esté de moda, del que se esté hablando, o algo original en lo que seamos pioneros, pero tiene que tener un motivo de elección de fecha. ¡Y también de hora! No hay que olvidar que hay contenidos que, según qué franja horaria, funcionan mejor en según qué canal digital. (18)

4. DIAGNOSTICO O ANALISIS

4.1 BELLO DECISIÓN SOCIOCULTURAL

El Municipio Bello por estar conurbado con la ciudad de Medellín presenta gran homogeneidad en cuanto a su población y costumbres, reflejando esa cultura paisa marcada por el amor propio, la amabilidad, el amor al trabajo y esas ganas de desarrollo heredadas de sus ancestros que mediante esfuerzo, sudor y sangre hicieron del valle de aburra su hogar. Rodeados de una tierra fértil, grandes montañas, bellos paisajes y un clima fresco no se presentaba ningún impedimento para sacar lo mejor de la tierra y crecer como comunidad, y así fue por muchos años, fue tan bueno el futuro que auguraba que dio cavidad a la codicia y el querer más de lo que podía ser para el beneficio de todos, la tierra. Lo que hizo que muchas de las personas que vivían en otras tierra decidieran venir al Valle de Aburra desplazados por la violencia, otros migraron a ella cautivados por la belleza de su tierra y la cordialidad de su gente, lo que ha hecho que del Municipio sea algo heterogenia en cuando a lo de etnias, en donde los blancos y mestizos conforman el 92.2 %, afrocolombianos 7.7 %, e indígenas 0.1.

La ciudad comenzó a abrirse con total decisión a todo tipo de expresiones culturales foráneas, nacionales, internacionales y cosmopolitas, sin abandonar su trasfondo y naturaleza originales, y ha resuelto abandonar su tradicional esquema de aislamiento para incrustarse de lleno en la globalización e internacionalización.

4.2 MANIFESTACIONES CULTURALES

Las manifestaciones culturales, religiosas y textilera han jugado un papel importante en la estructuración del territorio. Las acciones de empresas como Fabricato, la iglesia católica como cooperante en la estructuración de algunos barrios y dinamizador de la unidad social y, la presencia de la Alcaldía de bello, juegan un papel importante en este desarrollo, creando actividades culturales como:

Fiestas de la Antioqueñidad, agosto 11, con ocasión de la Independencia de Antioquia declarada por Don Juan del Corral

Festival de Baile bravo y la Rumba "Germán Muñoz Gómez"

Semana del Idioma

Festival de música andina Hatoviejo

Encuentro de Arte Joven por Bello

Fiestas del Cerro QUITASOL

Fiestas de la raza Villas del sol, fin de semana festivo de octubre

4.3 ACTIVIDAD ECONÓMICA

La actividad económica del Municipio tiene un predominio en el comercio al por menor, lo que incluye la venta de productos agrícolas con un 61.51%, también está presente la hotelería, la industria textil, la ganadería y actividades agrícolas. (7) (19)

4.4 CUADRO MATRIZ DOFA

Tabla 2 *Matriz DOFA*

<p style="text-align: center;">Fortalezas</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar a conocer la línea única de emergencias del municipio de Bello. • Los micros vídeos serán cortos, claro y objetivo, fáciles de entender y va dirigido a toda la comunidad bellanita. • Dar a conocer las funciones del Cuerpo de Bomberos Voluntarios del municipio de Bello. • Concientizar a la comunidad del municipio de Bello de cómo hacer un buen uso de la línea única de emergencias del municipio de Bello. 	<p style="text-align: center;">Oportunidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Lograr minimizar el tiempo de respuesta a las emergencias, gracias al oportuno llamado por parte de la comunidad. • Optimizar el manejo de los recursos y su adecuada administración. • Fortalecer el Cuerpo de Bomberos del municipio de Bello, facilitando medios de difusión para su actividad misional.
 <p>Municipio de Bello</p>	
<p style="text-align: center;">Debilidades</p> <ul style="list-style-type: none"> • Que el medio de difusión de la información no sea lo suficientemente contundente que la comunidad del municipio de Bello no guarde, memorice o escriba el número de emergencias del municipio de Bello 	<p style="text-align: center;">Amenazas</p> <ul style="list-style-type: none"> • No lograr la difusión del video por el canal adecuado. • Que la comunidad del municipio de Bello no de importancia a la respuesta en atención de emergencias

5. DISEÑO METODOLOGICO

5.1 ALCANCE DEL PROYECTO

La realización de la difusión del número de emergencias perteneciente al Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Municipio de Bello, tiene como finalidad crear cultura en este Municipio definiendo conceptos, acciones y actividades relacionadas a nuestro campo, educando la comunidad sobre quién es, que hace el Cuerpo de Bomberos y principalmente cual su número de emergencia, ya que de este depende una atención rápida y eficaz, se espera llegar la cantidad máxima de población de este Municipio y que todos reconozcan cuál es el número por medio de micro videos.

5.2 METODOLOGIA DEL PROYECTO

5.1.1 Para la realización de este proyecto se trabajó sobre metas precisas utilizando estrategias como:

- Revisión bibliográfica
- Revisión histórica
- Compilación de informes en el municipio de Bello
- Encuestas a la población
- Creación de micro videos

El presente proyecto de difusión, sobre el número de emergencias del Cuerpo de Bomberos a la población en general del Municipio de Bello, se llevó a cabo realizando diferentes actividades, desde el inicio se empezó con asesorías metodológicas, contando con la ayuda profesional de la docente Lina Ortiz, las cuales se realizaron cada miércoles del presente semestre 2016-2, también se contó con asesoría temática del Docente Jair Flórez de la UNAC. Contamos con la colaboración de Cristian David Gomez, editor y animador de

medios audiovisuales, con el Cuerpo de Bomberos Voluntario del Municipio de Bello, además de otras personas que hicieron parte del proyecto. Se realizó visita a la Alcaldía de Bello con el fin de solicitar información sobre la población, temas socio-culturales, historia y otros. Se realizó encuestas con el fin de investigar el grado de desconocimiento de la población de Bello de diferentes sectores, con diferentes niveles socio-económicos, se tabulo la información Seguidamente se realizó la grabación de 3 micro videos explicativos y 1 video publicitario, en los cuales se dieron temas educativos sobre que es el cuerpo de Bomberos y principalmente el número de emergencia, siendo publicado en redes sociales y que es un recurso de acceso fácil a la sociedad, estos videos fueron grabados en la estación del Cuerpo de Bomberos de Bello con la ayuda de la fotógrafa Luisa Morales y un equipo de trabajo que con su conocimiento y experiencia fue posible el trabajo audiovisual del proyecto.

5.3 TABULACIÓN ENCUESTA

Estas encuestas se realizaron con el fin de analizar la ciudadanía del Municipio de Bello sobre el conocimiento que tienen del Cuerpo de Bomberos Voluntario del Municipio y principalmente cual es el número único directo de emergencias.

Se encuestaron 400 personas del Municipio, entre estudiantes, transeúntes, empleados del servicio público y privado, entre otros, de diferentes edades y nivel socio-económico, estas personas fueron elegidas teniendo en cuenta la diferencia de lugares donde viven dentro del Municipio, de las 400 encuestas solo se tabulan 361, por la cantidad de inconsistencias en las demás, de las cuales se obtienen los siguientes resultados:

1. ¿Si usted tiene o se encuentra en una emergencia y/o urgencia dentro del Municipio de Bello, a que numero llamaría?

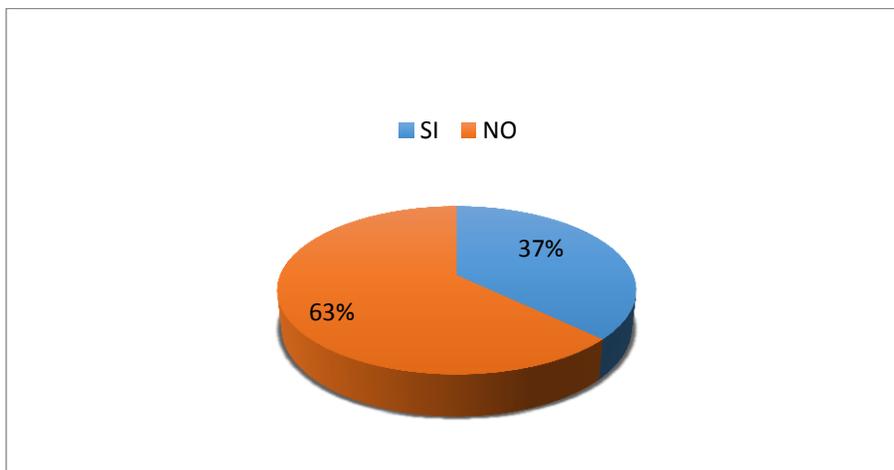
Grafica 5 *Estadística de emergencia*



En conclusión nos damos cuenta que el 54% de los habitantes llamarían al 123, el 30% al cuerpo de Bomberos, el 14% a la policía nacional, el 2% la secretaria de tránsito y el 0% llamaría a otra entidad. Lo que nos da a entender que debemos mejorar el reconocimiento del Cuerpo de Bomberos hasta llegar al 100% dentro de este Municipio.

2 ¿Tiene algún conocimiento sobre que es el Cuerpo de Bomberos Voluntario de Bello y que funciones cumplen? Si, No. Menciones 3

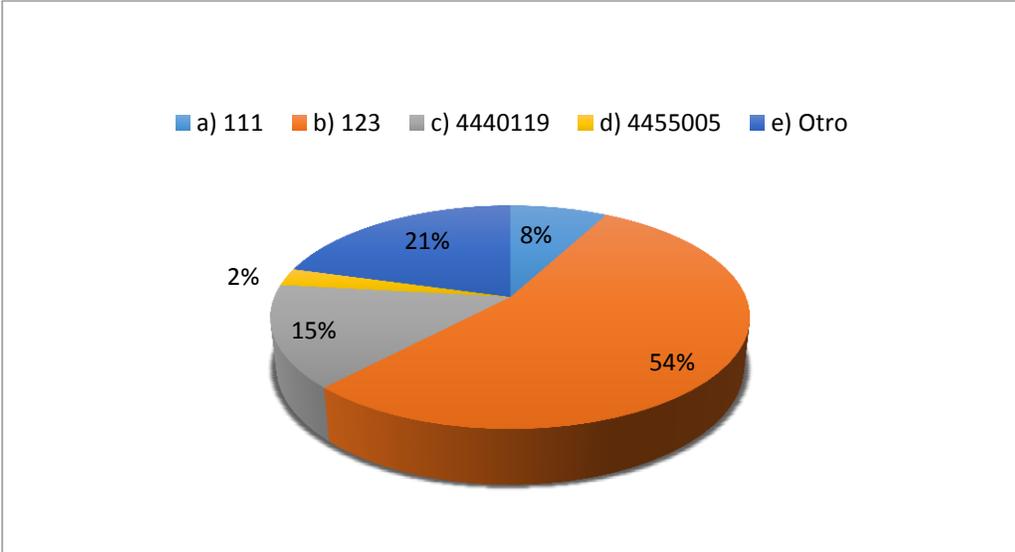
Grafica 6 *Conocimiento de los cuerpos de bomberos*



En esta respuesta nos damos cuenta que el 63% no tiene conocimiento que es el Cuerpo de Bomberos o que funciones cumplen y el 37% respondieron que si donde el común denominador de las respuestas abiertas era apagar incendios, el Municipio debe aprender a reconocer que es este organismo de socorro y que funciones cumplen en su totalidad para hacer un buen uso de este servicio

3 ¿Conoce la línea directa del Cuerpo de Bomberos del Municipio?

Grafica 7 Estadística de línea directa de bomberos



Se dio a elegir a la población, según el conocimiento que tiene, entre 4 números de teléfonos u otra opción, el 54% de estas personas respondieron con seguridad que la línea directa es el 123, el 21% respondieron que no sabían o que era otro número, el 15% respondieron que es el 444019 acertando correctamente, el 8% que es el 111 y el 2% el 4455005 el cual era inventado, podemos observar que hay un margen de respuestas erróneas grande y que esto influye en el tiempo de respuesta del organismo de socorro.

4 ¿Considera que es oportuna la llegada de los Bomberos al sitio, luego de haberlos llamado? Si, No.

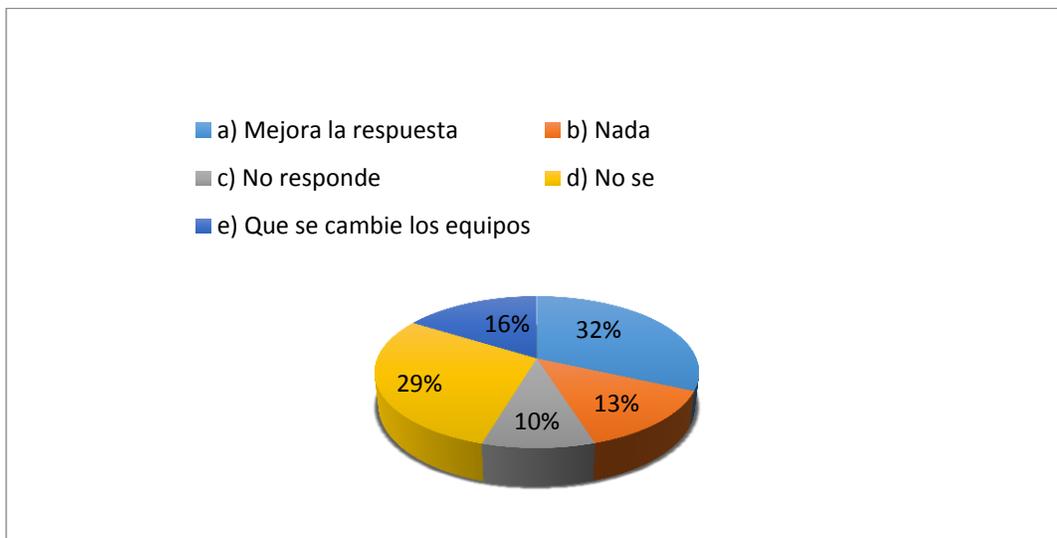
Grafica 8 Estadística del buen servicio de los bomberos



Nos podemos dar cuenta que el 53% de las personas encuestadas consideran que es oportuna el tiempo de respuesta y llegada de los Bomberos, el 47% piensan lo contrario, podemos considerar que en esto influye llamar a tiempo y al lugar correcto para poder hacer una mejor determinación de si llegan a tiempo o no

5 ¿Qué le cambiaría o mejoraría al Cuerpo de Bomberos Voluntario del Municipio de Bello?

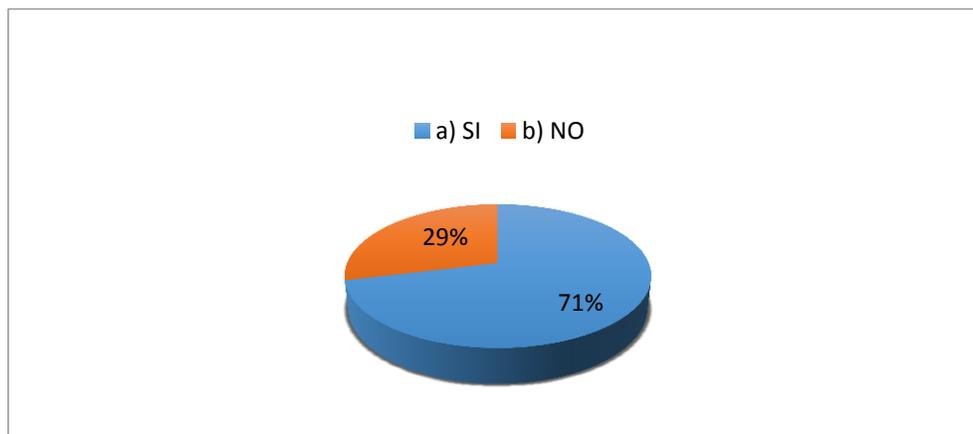
Grafica 9 Cambios que se podrían hacer a los bomberos de Bello



Dentro del desconocimiento que los habitantes puedan tener, nos damos cuenta que el 32% dicen que se debe mejorar el tiempo de llegada al sitio que lo requiera, el 29% no sabe, el 16% opina que se deben cambiar los equipos, el 13 les parece que no debería cambiar nada y el 10% No respondieron.

6 ¿Sabe en qué caso debe llamar a los Bomberos? Si, No. Mencione 3.

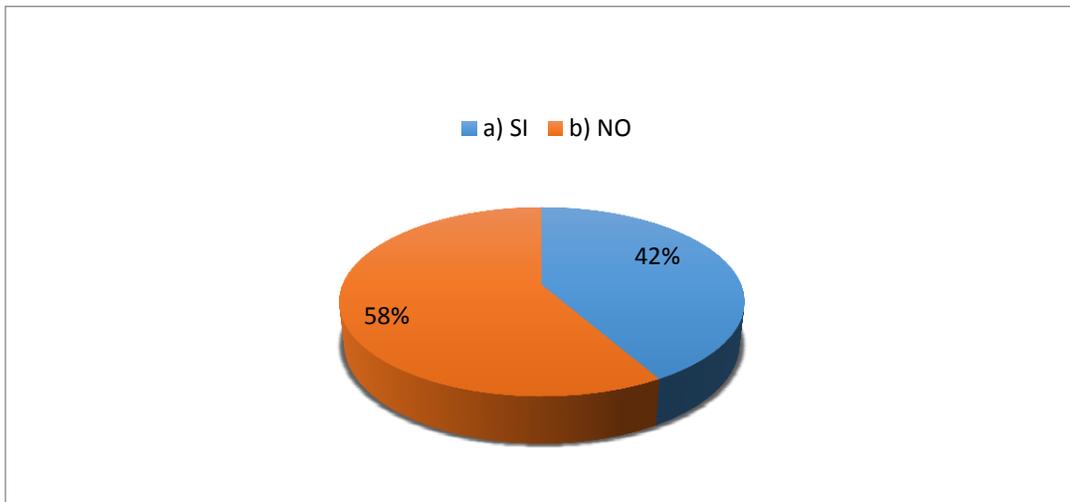
Grafica 10 *Conocimiento para llamar a los bomberos*



El 71% de la población encuestada tiene algún conocimiento de cuando llamar a los Bomberos, ya sea incendio, fuga de gas, accidentes de tránsito, rescates de todas las modalidades y salvar vidas común respuesta de la mayoría, el 29% que respondieron, no tiene ningún conocimiento.

7 ¿Conoce que datos debe brindar en el momento de llamar para recibir una atención? Si, No. Mencione 4.

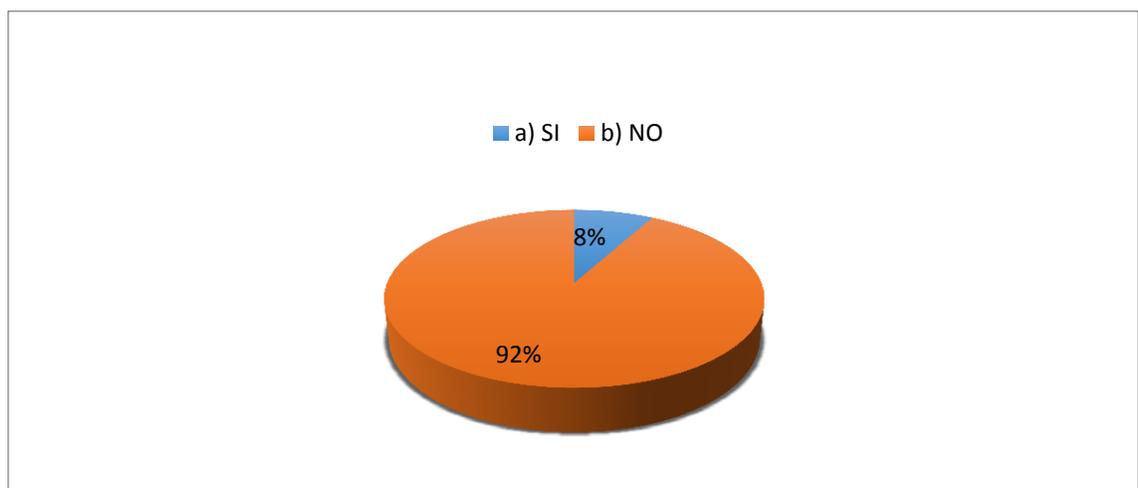
Grafica 11 *Conocimiento de datos para llamar a los bomberos*



En esta respuesta observamos que el 58% cree saber que datos brindar en el momento de llamar, aunque algunos no están muy perdidos, la mayoría dice si con respuestas ilógicas, el 42% no tiene algún tipo de información

8 ¿Alguna vez ha visto publicidad con información de la línea directa de los Bomberos Voluntarios del Municipio de Bello? Si, No. ¿Cual?

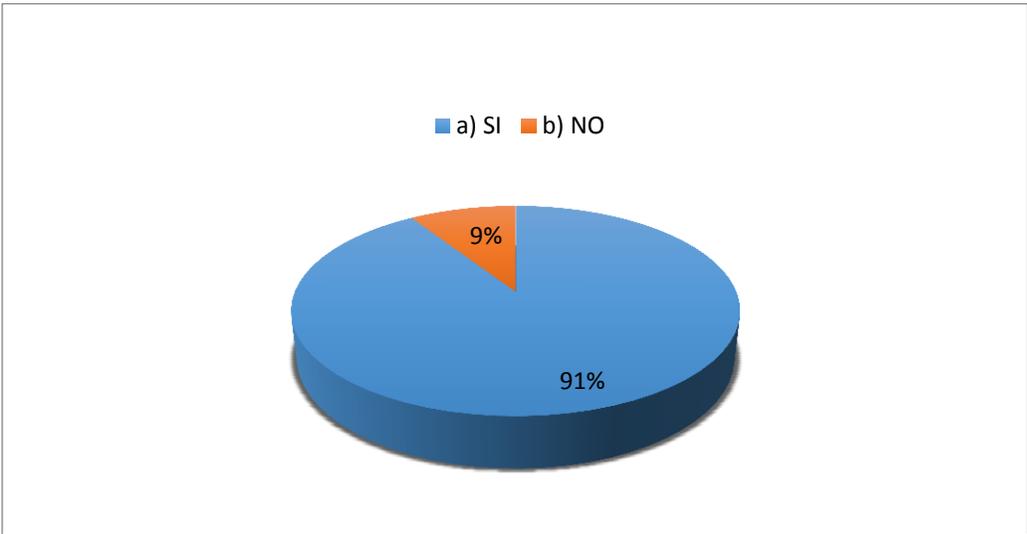
Grafica 12 *Publicidad de los bomberos de Bello*



Observando la gran diferencia en respuesta, el 92% de los que responden, no han visto nunca publicidad con información de la línea directa de los Bomberos y el 8% respondieron que cuando pasan las máquinas de Bombero o en la página de Facebook o web, ha llegado ver publicidad del número. Es importante buscar maneras de realizar publicidad.

9 ¿cree que es importante y necesario que se hagan videos publicitarios con el número del Cuerpo de Bomberos para la comunidad del Municipio de Bello? Si, No. ¿Por qué?

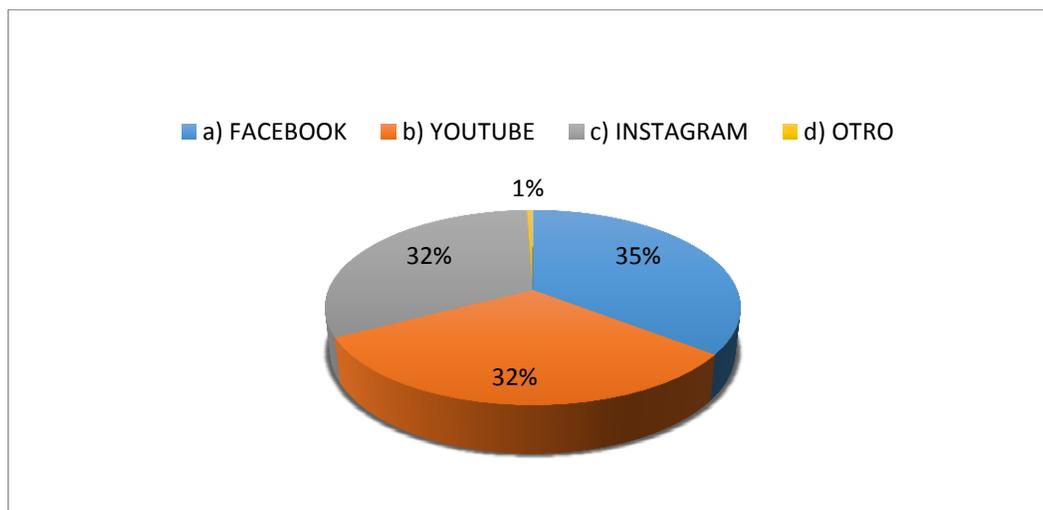
Grafica 13 *Importancia y necesidad de publicidad a través de videos*



En esta imagen es muy evidente que el 92% de los habitantes considera muy importante conocer publicidad del número único, y el 9% no les interesa o les da igual. Nos da a entender que la comunidad está abierta a conocer más sobre los Bomberos por medio de publicidad

10 ¿Qué tipo de medios o redes sociales normalmente frecuenta o utiliza? Mencione 3

Grafica 14 *Redes sociales*



En esta respuesta podemos observar varias consideraciones, al ser una respuesta abierta, el 35% responde que utiliza Facebook, pudiendo a la vez utilizar otras redes sociales como Instagram, YouTube, Twitter además de otros, por responder varios a la vez, entendiéndose así como las mitades de todo sobre todo, el 32% YouTube, el 32% Instagram y el 1% otros.

Tabla 3 *Plan de Trabajo*

Objetivo específico	Actividad	Fecha de inicio De la actividad	Fecha de Actividad	Responsable
Definir tema para la realización del proyecto de grados	Socializar entre integrantes y asesor	17/07/2016 15:00 hs	17/07/2016 17:00 hs	William Moscote, Johana Gómez
Hacer el primer capítulo de proyecto	Reunión para delegar, partes del proyecto escrito	18/07/2016 14:00 hs	18/07/2016 16:00 hs	Johana Gómez, Sebastián Leal, William Moscote
Visita Bomberos Bello	Socializar idea sobre el proyecto para ser aceptado	19/08/2016 10:00 hs	2016/08/09 11:30 hs	William Moscote, johana gomez
Realización de encuestas	Realizar encuestas en el Municipio de Bello	10/09/2016 9:00 hs	30/09/2016 10:00 hs	William Moscote, Johana Gómez Sebastian leal
inicio de grabación video1	Creación de video publicitario	15/09/2016 14:00 hs	01/10/2016 15:00 hs	David Gomez
Grabación de videos 2,3,4	Grabación	28/07/2016 15:00 hs	02/10/2016 16:00 hs	Luisa Morales, David gomez
Visita Alcaldía de Bello	Asesorías informativas	19/09/2016 16:00 hs	24/09/2016 16:20 hs	William Moscote, Sebastian Leal, Johana Gomez
Tabular encuestas	Sacar las principales respuestas malas para crear los micro videos en base a estas	13/09/2016 09:14 hs	28/09/2016 14:29	William Moscote, Sebastian Leal, Johana Gomez

Tabla 4 *presupuesto*

ACTIVIDAD	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
COMPUTADOR MESA	1	1850000	1850000
CAMARA VIDEO PROFECIONAL	1	1460000	1460000
TRIPODE	1	300000	300000
FOTOCOPIAS	130	100 UND	13000
LAPICEROS	6	800 UND	4800
CUADERNO	1	2500	2500
ASESOR VIDEOS	15	40000 HORA	600000
CAMAROGRAFO	5	30000 HORA	150000
ASESOR PROYECTO	40	40000 HORA	1600000
TRANSPORTES	26 PASAJES	2000 PASAJE	52000
MANO DE OBRA PROYECTO ESCRITO	150 HORAS	30000 HORA	4500000
MANO DE OBRA VIDEOS Y GRAVACION	30 HORAS	35000 HORA	1050000
UNIFORMES DE GALA	3	150000 UNIDAD	450000
MANO DE OBRA ENCUESTAS Y TOMA DE LAS MISMAS	110 HORAS	16500 HORAS	150000
MAQUILLAJES	3 KITS	15000 KIT	45000
PORTATIL	2	1200000	2400000

6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Según las encuestas la población del Municipio de Bello tiene muy mala ortografía y un gran desconocimiento sobre la existencia de que es un Cuerpo de Bomberos Voluntario.

Además de dar a conocer el número de emergencia, se recomienda trabajar más el tema publicitario para darse a conocer, con el fin de incrementar la credibilidad y el respeto por la institución

Se concluye que la población en general del Municipio de Bello está poco sensibilizada con el número único de emergencias.

La población de Bello está abierta a la nueva información que se les brinda, es decir, son muy perceptibles.

Buscar alianzas con instituciones educativas o cualquier centro de formación para incluir los temas relacionados con emergencias y que hagan parte de su vivir diario.

Las redes sociales fueron un mecanismo de difusión muy bueno para los micros videos.

Se recomienda difundir información a la población de Bello desde otras áreas informativas como vayas, artículos de periódicos, noticieros locales, volantes, entre otros.

Realizar encuestas comparativas en un tiempo aproximado de un año para verificar el impacto.

Realizar nuevos micro videos para seguir sensibilizando y educando a la población en general de Bello Realizar nuevas metodologías con el Cuerpo de Bomberos Voluntario del municipio para seguir mejorando el tiempo de respuesta

7. BIBLIOGRAFIA

1. [file:///C:/Users/leidy/Downloads/2015%20\(3\).pdf](file:///C:/Users/leidy/Downloads/2015%20(3).pdf)
2. Definicion ABC. Definicion ABC. [Online].; 2016- 2017 [cited 2016 Marzo 15]. Available from: <http://www.definicionabc.com/general/trafico.php>
3. Cita de entrevista con el Capitán del Cuerpo de Bomberos Voluntario del Municipio de Bello Rubén Díaz,
4. [Administración de Empresas GYE - Tesis de Pregrado](http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/10025)
<http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/10025>
5. Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Bello <http://www.bomberosbello.com.co/>
6. Correo enviado por el Cuerpo de Bomberos con información institucional
7. Alcaldía de Bello
<http://www.bello.gov.co/index.php/alcaldiab/institucionales/presentacion-del-municipio>
8. Mapa del Municipio de Bello, división de barrios por comunas
<http://www.bello.gov.co>
9. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal1.jsp?i=350> Alcaldía de Bogotá
10. <http://wsp.presidencia.gov.co/Normativa/Leyes/Documents/LEY%201575%20DEL%20%2021%20DE%20AGOSTO%20DE%202012.pdf>
11. Ministerio del interior
<http://www.cfnbcolombia.com/pdf/cfnbc/2014/resolucion%200661%20reglamento.pdf>
12. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal1.jsp?i=47141>
13. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal1.jsp?i=6738>
14. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal1.jsp?i=8796>
15. <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Normal1.jsp?i=3431>

16. Información brindada por el cuerpo de Bomberos Voluntarios del Municipio de Bello en físico

17.

[file:///C:/Users/leidy/Downloads/PLAN MUNICIPAL GRD AJUSTADO 2015 %20\(4\).pdf](file:///C:/Users/leidy/Downloads/PLAN_MUNICIPAL_GRD_AJUSTADO_2015%20(4).pdf)

18. <https://www.visualit.es/la-difusion-del-contenido-audiovisual-por-internet/>

[.http://www.trecebits.com/2013/06/05/importancia-y-ventajas-del-video-](http://www.trecebits.com/2013/06/05/importancia-y-ventajas-del-video-online/http://quatrefilms.com/2016/02/24/importancia-videos-cortos/)

[online/http://quatrefilms.com/2016/02/24/importancia-videos-cortos/](http://www.hazeblogynolaguerra.es/consejos-micro-videos-publicitarios/)

<http://www.hazeblogynolaguerra.es/consejos-micro-videos-publicitarios/>

19. [file:///C:/Users/leidy/Downloads/plan de desarrollo cultural 1998-2008%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/leidy/Downloads/plan%20de%20desarrollo%20cultural%201998-2008%20(2).pdf)

<http://www.semiosfera.org.co/bello/economia.htm>

Otros

- <http://derechodeautor.gov.co/home>
- Bibliografías: cuadros veredas y barrios <http://bello-teknologia.blogspot.com.co/2011/11/comunas-veredas-y-el-metropolitano-de.html>
- <http://www.bomberosbogota.gov.co/images/stories/LEY%201575%20DEL%20%2021%20DE%20AGOSTO%20DE%202012.pdf> LAY 1275
- <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=8796>
- <http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6738>
- Lee todo en: [Definición de audiovisual - Qué es, Significado y Concepto http://definicion.de/audiovisual/#ixzz4MA10L1Yu](http://definicion.de/audiovisual/#ixzz4MA10L1Yu)

8. ANEXOS



17,1 ENCUESTA

PROYECTO DE GRADOS, ESTUDIANTES APH 6 SEMESTRE

Nombre _____ Edad _____

¿En qué parte del Municipio de Bello vive? _____

1. ¿Si usted tiene o se encuentra en una emergencia y/o urgencia dentro del Municipio de Bello, a que numero llamaría?

- a) Los Bomberos _____
- b) La Policía Nacional _____
- c) El 123 _____
- d) La Secretaria de Transito _____
- e) Otro, ¿cuál? _____

2. ¿Tiene algún conocimiento sobre que es el Cuerpo de Bomberos voluntario de Bello y que funciones cumplen? Sí ___ No ___, mencione 3.

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____



3. ¿Conoce la línea directa del cuerpo de Bomberos del Municipio?

- a) 123
- b) 4440119

- c) 111
- d) 4455005
- e) Otro ¿Cuál? _____

4. ¿Considera que es oportuna la llegada de los Bomberos al sitio, luego de haberlos llamado? Sí____ No____,
¿Por qué? _____

5. ¿Qué le cambiaría o mejoraría al Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Municipio de Bello?

6. ¿Sabe en qué caso debe llamar a los Bomberos? Si____ No____, mencione 3.

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____

7. ¿Conoce que datos debe brindar en el momento de llamar para recibir una atención? Sí____ No____, mencione 4.

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____
- 4) _____

8. ¿Alguna vez ha visto publicidad con información de la línea directa de los Bomberos Voluntarios de Bello? ¿Sí___ No___, Cuál? _____

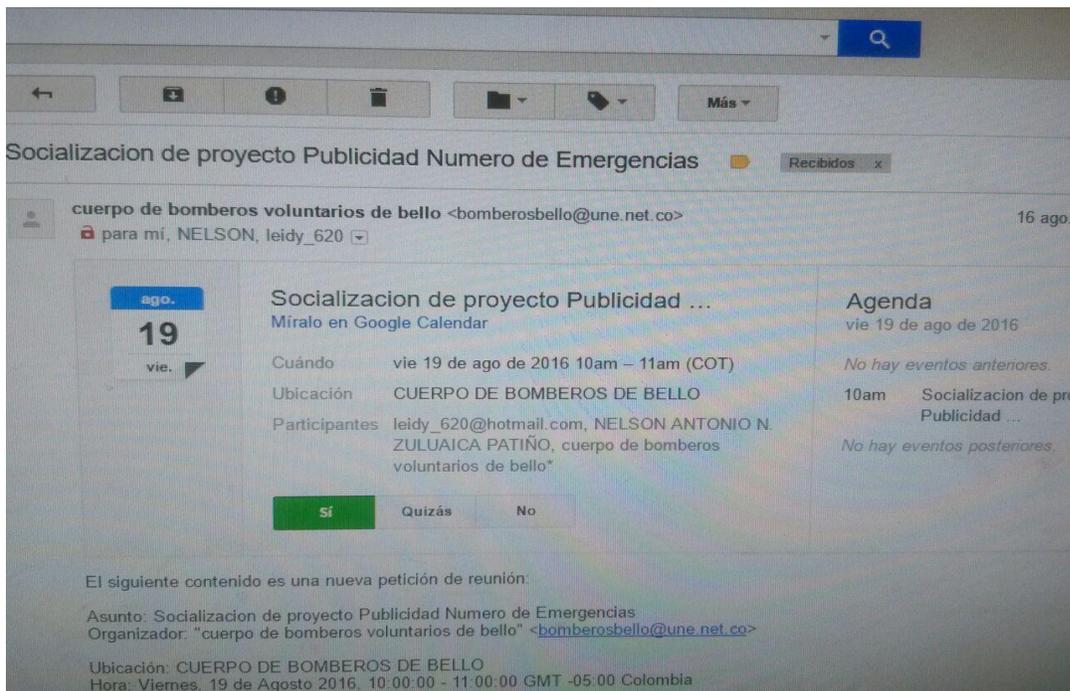
9. ¿Cree que es importante y necesario que se hagan videos publicitarios con el número directo del cuerpo de Bomberos para la comunidad del municipio de bello? ¿Si___ No?___
¿Por qué?_____

10. ¿Qué tipo de medios o redes sociales normalmente frecuenta o utiliza? Mencione 3.

- 1) _____
- 2) _____
- 3) _____

17.2 Anexos justificados

Ilustración 5 socialización con Bomberos



Ilustracion 6 carta de aceptacion por Bomberos

Medellín, 19 de agosto de 2016

Cordial saludo,
Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Bello.

La presente es con el fin de dirigirnos a ustedes, para darles a conocer sobre nuestro proyecto de grados, que tiene como objetivo difundir el número único de emergencias perteneciente al Cuerpo de Bomberos voluntarios del municipio de Bello, ya que se ha detectado un índice de desconocimiento de este número y creemos importante que la comunidad lo tenga en cuenta para una rápida respuesta del organismo de socorro. La difusión se realizará por medio de videos y micro videos, dando explicaciones sobre las inquietudes más relevantes y haciendo publicidad del número por medio de redes sociales .

En base a esto, para llevar a cabo el proyecto de grados, les pedimos amablemente la aceptación, los permisos necesarios y poder contar con su colaboración, espacios y algunos Bomberos voluntarios que nos puedan ayudar.

Agradezco su atención

Estudiantes:
Johana Gómez
William Moscote
Sebastián Leal
Estudiantes de VI semestre de APH de la Universidad Adventista

AUTORIZADO
DESDE LA FELICIA

Ilustración 7 correo recibido con logo para las encuestas

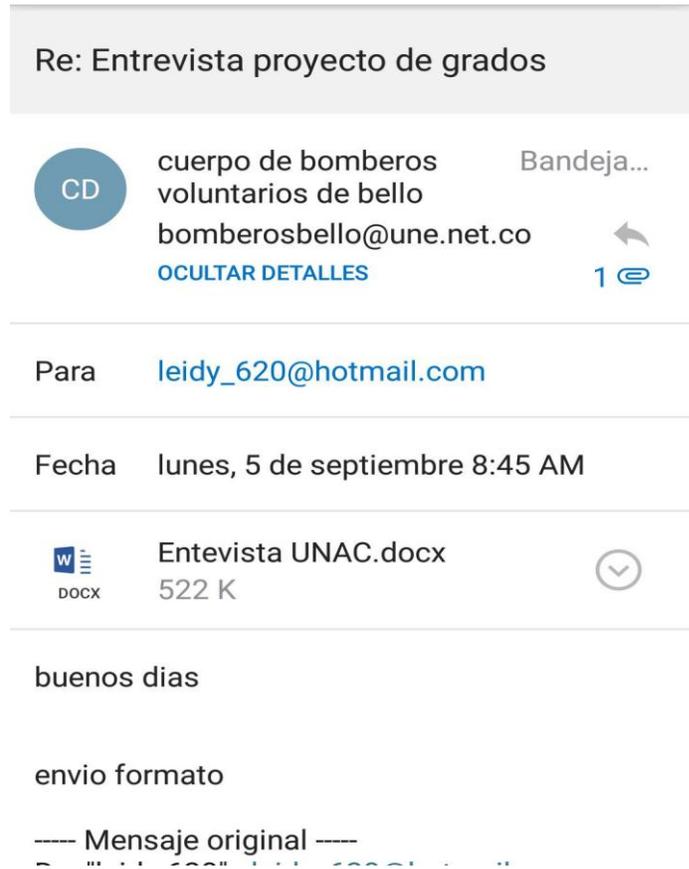


Ilustración 8 correo recibido con información por Bomberos

Bomberos Bello

 **BOMBEROS BELLO** Bandeja...
leidy_620@hotmail.com 
16 de septiembre [DETALLES](#) [2](#) 

 **Reseña Historica.pdf** 
PDF 736 K

 **Misión - Visión...a Calidad.pdf** 
PDF 327 K

Buenas Tardes

Adjunto reseña histórica, misión, visión y política de calidad.

Saludos

Yuliana Pérez
Bomberos Bello

17.3 Álbum fotográfico

Ilustración fotográfica 9 buscando ubicación



Ilustración fotográfica 10 con personal audiovisual



Ilustración fotográfica 11 ensayando toma



18 UBICACIÓN DE LOS VIDEOS

Pendientes...