

**PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL DE LOS SERVICIOS PRESTADOS POR EL
CUERPO DE BOMBEROS VOLUNTARIO DE COPACABANA**

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA



Centro de Investigación Facultad de Ciencias de la Salud

Yeraldine Ramírez Restrepo

Jhonatan Agudelo Villa

Manuela Morales López

Medellín, Colombia

2017



CORPORACIÓN UNIVERSITARIA ADVENTISTA

FACULTAD DE CIENCIAS DE LA SALUD

NOTA DE ACEPTACIÓN

Los suscritos miembros de la comisión Asesora del Proyecto Laboral Tecnológico: "Producción audiovisual de los servicios prestados por el Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Municipio de Copacabana.", elaborado por los estudiantes: MANUELA MORALES LÓPEZ, YERALDINE RAMÍREZ RESTREPO y JHONATAN AGUDELO VILLA del programa de TECNOLOGÍA EN ATENCIÓN PREHOSPITALARIA DE URGENCIAS, EMERGENCIAS Y DESASTRES, nos permitimos conceptual 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- BUENO

Medellin, 17 de octubre de 2017

MG. JOSE CHÁVEZ
Coordinador Investigación FCS

ESP. JAIR FLÓREZ
Asesor

YERALDINE RAMÍREZ RESTREPO
Estudiante

JHONATAN AGUDELO VILLA
Estudiante

MANUELA MORALES LÓPEZ
Estudiante

TABLA DE CONTENIDO

1.	PANORAMA DEL PROYECTO	7
1.1	INTRODUCCIÓN	7
1.2	JUSTIFICACIÓN	8
1.3	PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	9
1.4	PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN.....	10
1.5	OBJETIVOS	10
1.5.1	GENERAL	10
1.5.2	ESPECÍFICOS	10
1.6	VIABILIDAD DEL PROYECTO	11
1.7	LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN	11
1.8	IMPACTO DEL PROYECTO.....	12
2.	MARCO TEORICO.....	14
2.1	MARCO CONCEPTUAL.....	14
2.2	MARCO INSTITUCIONAL	16
2.2.1.	Misión.....	17
2.2.2.	Visión	17
2.2.3.	Principios.....	17
2.2.4.	Valores.....	17
2.2.5.	Proyección	18
2.3	MARCO HISTORICO	18
2.3.1	RESEÑA HISTÓRICA DEL MUNICIPIO DE COPACABANA	18
2.3.2	VISIÓN	20
2.3.3	MISIÓN.....	20

2.3.4	PRINCIPIOS.....	21
2.3.5	VALORES	21
2.4	MARCO GEOGRAFICO	22
2.5	MARCO LEGAL O NORMATIVO.....	26
2.6	MARCO TEORICO.....	28
3.	DIAGNOSTICO O ANÁLISIS	33
3.1	MANIFESTACIONES CULTURALES	36
3.2	ACTIVIDAD ECONÓMICA	37
4.	DISEÑO METODOLÓGICO ALCANCE DEL PROYECTO	38
4.1	METODOLOGIA DEL PROYECTO	39
4.2	GRUPOS FOCALES	39
5.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	49
6.	REFERENCIAS	53

LISTA DE TABLAS

Tabla 1 Impacto del proyecto.....	12
Tabla 2 Barrios Copacabana	24
Tabla 3 Método DOFA	37
Tabla 4. Actividades y Costos.....	46
Tabla 5. Plan de trabajo.....	47

LISTA DE GRÁFICOS

Grafico 1 mapa Copacabana	25
Grafico 2 mapa división veredal	25
Grafico 3 división veredal	26
Grafico 4 Ficha municipal.....	35
Grafico 5 Etnias habitantes de Copacabana	36
Grafico 6 Ambulancia Copacabana	38
Grafico 7 Derrumbe autopista Medellín Bogotá.....	50
Grafico 8 Invitación a cursos por parte de bomberos Carepa	51
Grafico 9 área metropolitana declara urgencia	51
Grafico 10 Incendio en Copacabana	52
Grafico 11 fogón ocasiono incendio en Copacabana.....	52

1. PANORAMA DEL PROYECTO

1.1 INTRODUCCIÓN

Actualmente las personas saben o creen saber lo que hacen los bomberos limitándose a pensar que su única función es apagar incendios. Sin embargo, esta es tan solo una de las muchas labores que brinda el Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Municipio de Copacabana. Los diferentes trabajos que pueden realizar los bomberos en pro a la comunidad abarcan varias modalidades no solo enfocándose en extinguir el fuego. En Colombia actualmente se establece que los bomberos deben realizar la gestión integral contra incendios, los preparativos y atención de rescates en todas sus modalidades y la atención de incidentes con materiales peligrosos, todas estas estarán a cargo de las instituciones bomberiles y para todos sus efectos constituye un servicio público esencial a cargo del estado.

Los habitantes del Municipio de Copacabana desconocen dichos servicios por lo tanto se busca llegar a todos las zonas urbanas, rurales, empresas y a el comercio en general, para que toda población conozca los beneficios que brinda el cuerpo de bomberos y así minimizar todos los peligros y riesgos existentes por medio de inspecciones de seguridad humana y una atención eficaz en cada una de las emergencias que se presenten en dicho Municipio.

El pensar involucrar la creación y transformación de los servicios que ofrece el Cuerpo de Bomberos realizando estrategias de sensibilización a toda la comunidad en general conlleva el poder ejecutar un trabajo eficiente y eficaz en la atención de todos las emergencias que cubre el Cuerpo de Bomberos.

El ser humano construye la cultura y la cultura lo transforma a él, es conveniente llegar a todos los habitantes de dicho Municipio explicando cada uno de los servicios que ofrece el Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Municipio de Copacabana, dichos servicios son los

siguientes: control de incendios, incendios forestales, incendios industriales, incendios producidos por pipetas de gas incendios estructurales, rescate en alta montaña, rescate en espacios confinados, rescate en aguas abiertas, rescate en estructuras colapsadas, derrames, fugas y explosiones por materiales peligrosos, inspecciones de seguridad humana para la certificación de locales, empresas, colegios, hospitales y comercio en general donde se visitan cada uno de estos y se revisa todos los peligros y amenazas y se dan recomendaciones para que sea un sitio seguro , hay un servicio que no viene dentro de la ley de Bomberos pero que el municipio de Copacabana lo está implementado por medio de la ambulancia y es la atención de accidentes de tránsito, urgencias médicas y accidentes labores. Estos son los servicios más frecuentes que el cuerpo de Bomberos atiende.

1.2 JUSTIFICACIÓN

Este proyecto se realizará con el fin de dar a conocer los servicios prestados por el Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Copacabana en el Municipio aún se desconocen la existencia de esta institución, muchas de sus funciones y servicios, por lo tanto los habitantes de este municipio no tienen claridad en qué casos deben acudir a estos, por otra parte no conocen la línea por la cual pueden solicitar la presencia de este personal en el sitio donde se ha presentado una emergencia. Se considera que es importante implementar de manera pedagógica la difusión de los servicios prestados por los bomberos, agregándole a demás las diferentes emergencias que son atendidas por ellos y por los APH, para que así los habitantes del Municipio tengan claro en que eventualidades acudir al personal adecuado para ocuparse de estos incidentes, generando así una pronta respuesta y ofreciendo una atención más adecuada. La implementación de este proyecto puede ser parte fundamental de la campaña de concientización a la comunidad que el Cuerpo de Bomberos está promulgando en la cual da a conocer el los servicios que este presta, ya que día a día se enfrentan a múltiples emergencias, muchas de las cuales son atendidas con un tiempo de respuesta muy prolongado, los ciudadanos no saben a quién recurrir cuando algún incidente ocurre, esto es tiempo que se pierde y que es necesario al momento de obtener

una pronta respuesta pero esta se ve alterada por la falta de conocimiento de la población de los servicios que presta el Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Copacabana. Es importante además, concientizar a la comunidad que los bomberos no solo se dedican a apagar incendios sino que también tienen múltiples servicios que prestan en pro de ellos, tales como la atención de emergencias prehospitales, salvamento y rescate de personas y animales, atención a desastres naturales, inspecciones, capacitaciones, cursos, servicios de extintores entre otros servicios que Bomberos brinda y que esta desconoce. Se pretende hacer este proyecto para el conocimiento del servicio que Bomberos presta en la actualidad al municipio, de esta manera contribuir a su desarrollo y aumentar la calidad de vida de sus habitantes.

1.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Los bomberos son un servicio de utilidad pública, es decir, sirven a todas las personas de una comunidad, comprenden un conjunto de acciones de salvamento y rescate, atienden emergencias causadas por la naturaleza y por el hombre y así mismo orientan sobre qué es lo primero que se debe hacer en caso de suscitarse un incendio en sus hogares, escuelas o alguna emergencia médica, para que en cada incidente las pérdidas humanas y materiales sean mínimas.

Copacabana es un municipio reconocido por su crecimiento comercial y social. Su cultura permite que muchas personas quieran llegar de paso a este municipio, donde se encuentran buenas costumbres, un desarrollo que ha generado crecimiento poblacional y a su vez se ha visto involucrada en muchas emergencias donde requieren de una atención inmediata y que no se logra por falta de una comunidad capacitada e informada acerca de los servicios que presta la institución de bomberos para responder ante los diferentes desastres que se presentan.

Este proyecto ofrece llegar a una comunidad desinformada sobre los servicios prestados por el Cuerpo de Bomberos, por medio de una producción audiovisual donde se de a conocer una institución fundamental en el Municipio la cual lleva a cabo funciones en pro a la comunidad, y que durante años no se ha dado a conocer ni ha promocionado sus servicios, en la actualidad solo cuenta con una pagina en la red social Facebook en ella se encuentran registros fotográficos, dicho medio no es frecuentado por toda la población de Copacabana lo que genera un gran numero de personas que no conocen el Cuerpo de Bomberos.

Debido a esto se crea la necesidad de implementar un proyecto con base en conocimientos obtenidos para la comunidad el cual los oriente, eduque y concientice sobre las funciones y beneficios en la prestación de servicios por parte de los Bomberos, en emergencias que alteren el orden social y pongan en riesgo el municipio, traslado asistido del paciente a una institución de salud, si es necesario. Logrando una cultura y mayor conciencia por parte de la comunidad.

1.4 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN

¿Cuenta la población del Municipio de Copacabana con el conocimiento de los servicios prestados por el Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Copacabana?

1.5 OBJETIVOS

1.5.1 General

Producir contenidos audiovisuales y un plegable, sobre los servicios prestados por el Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Municipio de Copacabana

1.5.2 Específicos

Identificar los servicios que presta el Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Municipio de Copacabana.

Crear una producción audiovisual de 2 videoclips y un plegable donde se explique los servicios que prestan los Bomberos.

Analizar conclusiones de los grupos focales.

1.6 VIABILIDAD DEL PROYECTO

Recursos económicos: Fondos de ahorros de los creadores de la idea del proyecto (Manuela Morales, Yeraldine Ramírez Restrepo y Jonathan Villa). Se cuenta con un presupuesto de \$ 500.000 para la realización de dicho proyecto.

Recursos humanos: Se necesita un editor, población de diferentes estratos socioeconómicos, personal del cuerpo de bomberos, creadores de la idea.

Recursos materiales: publicidad en diferentes medios tales como: Facebook, pantalla parque principal del Municipio, maquinas del cuerpo de bomberos, cámaras profesionales.

Tiempo: Difundir los servicios que prestan el cuerpo de bomberos voluntarios de Copacabana teniendo en cuenta la disponibilidad del personal bomberil para realizarla. Un mes para la creación de los materiales audiovisuales.

Este proyecto es muy viable ya que busca brindar información clara y precisa sobre los servicios del Cuerpo de Bomberos con los cuales la comunidad puede contar y así darle adecuado manejo y solución a muchas de las necesidades que diariamente se presentan y que solo el personal del Cuerpo de Bomberos está capacitado para resolver.

1.7 LIMITACIONES DE LA INVESTIGACIÓN

Un proyecto asertivo requiere de múltiples factores para el adecuado desarrollo del mismo, de los cuales el entorno y la población dentro de Copacabana hacen parte de las limitaciones del proyecto, adicionando el desinterés de la administración pública, la falta de mecanismos idóneos para conocer acerca del Cuerpo de Bomberos Copacabana , hace que el proyecto se vea afectado, puesto que es una entidad de poco interés dentro de este municipio de la cual muchos no tienen información; otros factores que influyen al igual que los anteriores son: el tiempo tanto del personal del cuerpo de bomberos como el de los estudiantes creadores de la idea del proyecto, también el hecho de solo tener una asesoría cada semana, genera retraso para el proyecto, los recursos económicos del cuerpo de bomberos y de los estudiantes para la realización de un proyecto donde se busca obtener calidad al finalizarlo.

1.8 IMPACTO DEL PROYECTO

Tabla 1 Impacto del proyecto

Impacto esperado	Plazo después de terminado el proyecto	Indicador verificable	Supuestos
En el municipio de Copacabana la población estará instruida para reconocer los servicios del cuerpo de bomberos voluntarios de Copacabana.	Corto plazo	Social, educar 5/100	Por medio de la difusión de los videoclips y el plegable de los servicios del Cuerpo de Bomberos Voluntario de Copacabana
Al darse a conocer al municipio los servicios del cuerpo de bomberos voluntarios de Copacabana ayudan a disminuir el tiempo de respuesta frente a las diferentes situaciones que se puedan presentar.	Mediano plazo	Respuesta, Conocer	La comunidad que habita en Copacabana será conocedora de los servicios del cuerpo de bomberos voluntarios y sabrá en que situación hacer uso de estos, generando un mejor conocimiento.

<p>Por medio de la publicidad virtual y medios audiovisuales la población del municipio tendrá fácil acceso a los servicios de que presta el Cuerpo de Bomberos Voluntarios de Copacabana.</p>	<p>Mediano plazo</p>	<p>Social, educar</p>	<p>Al tener material audiovisual la población así puede recordar y utilizar los servicios brindados por el cuerpo de Bomberos Voluntarios de Copacabana.</p>
<p>El cuerpo de bomberos voluntario de Copacabana, mejorara su capacidad operativa y aumentara la seguridad humana.</p>	<p>Largo plazo</p>	<p>Saber</p>	<p>Los habitantes del municipio pondrán en práctica el conocimiento brindado por medio de los videoclips y plegable.</p>

Extraído a partir de: integrantes del proyecto

2. MARCO TEORICO

2.1 MARCO CONCEPTUAL

Aph: atención pre hospitalaria.

Taph: tecnólogo en atención pre hospitalaria.

Bombero: Persona que está capacitada conforme para la extinción de incendios y también para asistir a víctimas en cualquier otro tipo de desastre como los terremotos, las inundaciones, entre otros

Concientizar: Acción que busca que alguien tome conciencia acerca de determinados asuntos propios o del entorno basándose en el diálogo y la reflexión.

Capacitación: La capacitación es un proceso continuo de enseñanza-aprendizaje, mediante el cual se desarrolla las habilidades y destrezas de los servidores, que les permitan un mejor desempeño en sus labores habituales.

Cultura: Se compone de costumbres, lenguaje, religión, artes y tradiciones de las personas. Se renueva, cambia con el desarrollo de individuos y grupos. Se transmite a través de educación y vivencias.

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

Desastre: Suceso que produce mucho daño o destrucción en las personas bienes, los servicios y medio ambiente, excediendo la capacidad de respuesta de la comunidad afectada y pueden dar por resultado muerte , lesiones físicas y sufrimiento humano.

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.

Emergencia: Situación caracterizada por la alteración o interrupción intensiva 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.

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.

Inspección: Una técnica de evaluación formal en la cual un grupo de personas examina en detalle con el objetivo de detectar fallas, desviaciones a los estándares de desarrollo y otros problemas.

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

Población: Conjunto de los individuos de un lugar determinado que comparten una característica o circunstancia común y son objeto de un estudio estadístico.

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.

Rescate: sacar a algo o a alguien de una situación peligrosa en que se hallan las cosas, animales o personas pueden ser por causas naturales o accidentales, como los casos expuestos.

Riesgo: Es la probabilidad de que un objeto, material, sustancia o fenómeno pueda, potencialmente, desencadenar alguna perturbación en la salud o integridad física de la persona, como también en los materiales y equipos.

Salvamento: Liberar a alguien de un riesgo o un peligro, ayuda que se brinda a alguien en situación de emergencia para permitir su supervivencia.

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 comprende la vida.

Voluntario: Persona que se ofrece a hacer un trabajo u otra cosa, no estando obligada a ello.
(1)

2.2 MARCO INSTITUCIONAL

Promover el cumplimiento de los compromisos establecidos Como políticas del cuerpo de bomberos voluntarios del municipio de Copacabana prestando servicios a la comunidad con la mejor calidad y profesionalismo mediante:

Aplicación de una cultura corporativa de liderazgo

Salvaguardar las personas y el medio ambiente

Fortalecer los sistemas de gestión de seguridad y salud en el trabajo

Contribuir en la sostenibilidad del mejoramiento continuo de la institución

Aplicar los conocimientos y técnicas normalizadas para la protección contra los riesgos de incendios y seguridad humana.

Llevar a cabo la inspección y evaluación de los diferentes aspectos inherentes a los riesgos y a las medidas de protección.

Identificar las causas de una emergencia. (2)

2.2.1. Misión

Impulsar el mejoramiento continuo del Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Municipio de Copacabana en la gestión segura de las áreas de administración, operación y capacitación durante el ciclo de objetivos para proteger la salud del personal, el medio ambiente y la comunidad de acuerdo a los principios de desarrollo sostenible (2)

2.2.2. Visión

El Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Municipio de Copacabana será reconocido como una institución de excelencia para la gestión segura en administración, operatividad y capacitación en el municipio de Copacabana, y a nivel nacional siendo un ejemplo de compromiso social y ambiental con el desarrollo sostenible. (2)

2.2.3. Principios

Nuestra institución prestara los servicios respetando los siguientes principios:

Abnegación

Valor

Disciplina

2.2.4. Valores

Como parte integral de la cultura de nuestra institución, los valores toman gran importancia en la expresión de la filosofía institucional convirtiéndose en el eslabón más alto de una cadena que desciende a través de los propósitos y las metas para alcanzar finalmente nuestros objetivos (2)

Basados en los siguientes valores institucionales:

Seguridad: Nada es más importante que nuestra seguridad apoyada en el sistema de gestión de seguridad y salud en el trabajo y responsabilidad compartida.

Integridad: Absoluta confianza en lo que hacemos y decimos apoyados en el respeto integral.

Trabajo En Equipo: habilidades y destrezas que nos permita alcanzar los objetivos a nivel Organizacional.

Sentido De Pertenencia: Comprometidos con los alcances, logros y éxito de la institución.

Optimismo: Energía para obtener mejores resultados.

2.2.5. Proyección

El Cuerpo de Bomberos Voluntarios del Municipio de Copacabana de acuerdo a la visión se trazara unas metas de acuerdo a la innovación tecnológica y capacidad administrativa del momento. (2)

Tecnología en informática.

Tecnología en vehículos

Construcción y ubicación geográfica de la estación

Tecnología en equipos de seguridad en protección humana

Tecnología en equipos de intervención incendios, rescate, atención pre hospitalaria entre otros.

2.3 MARCO HISTORICO

2.3.1 Reseña histórica del municipio de Copacabana

Son muchos los acontecimientos ocurridos en más de cuatro siglos de historia, que permitieron que Copacabana fuera reconocido como “Fundadora de Pueblos”, además de forjar la cultura, el arraigo e idiosincrasia de sus habitantes. Descubrimiento de su territorio y primera misa del Valle de Aburrá: “El 24 de agosto de 1541 llegaron los españoles a esta

tierra, capitaneados por don Jorge Robledo, y se hizo el descubrimiento y la exploración del Valle de Aburrá. Sobre la ruta seguida y el lugar de procedencia de la tropa, se especula que realmente venía de Murdela; también pueblo de la sal, sobre el río Cauca, y que el descenso al valle se hizo por el Boquerón, ruta que se ve muy lógica mirando actualmente desde los edificios altos en la Loma de los Bernal de Belén. Existían en este Valle varios e importantes poblados indígenas, como el de los Aburraes y los Guayabales, actual Aeropuerto Olaya Herrera, tribus organizadas y belicosas a las cuales cupo el señaladísimo honor de oponer feroz resistencia al invasor. La tropa de Robledo, fraccionada como convenía a la táctica militar de la exploración, se diseminó por el Valle y fue hasta las tierras de La Mosca y Rionegro. Los caciques comarcanos, vista la inutilidad de la resistencia ante el valor, las armas, los caballos y los perros del conquistador, vinieron de paz ante el Capitán. Así fue descubierto el poblado indígena que había al pie del cerro que tasajea el valle, el ancón norte, al que los españoles denominaron La Tasajera. Aquí se reunió la tropa y se decidió continuar la marcha y buscar nuevamente el río Cauca de donde había partido la expedición. Pero algunos soldados decidieron quedarse y organizar un Real de Minas en las riberas de la quebrada La Chuscala, muy aurífera: un capellán, de varios que traía Robledo en su tropa, los heridos y enfermos, algunos indios de los que venían desde el Perú y varios esclavos africanos que debían acompañar a sus amos que se asentaban, pidieron entonces al capitán la erección de una capilla rústica.”¹ Se fundó entonces, el poblado de la Tasajera y se ofició la primera.

Misa que se celebró en el Valle de Aburrá, un 8 de septiembre de 1541, donde el Padre Facundo Martín de la Parra, Franciscano español, predicó por primera vez el Evangelio de Cristo y administró los sacramentos en estas tierras. “El poblado de La Tasajera, fue, pues, un real de minas. Tiempo después, por la importancia de un español dueño de varias de esas minas, el pueblucho se denominó ‘Real de Minas de Don Juan de Espinosa’. En lo espiritual, lo empezaron a servir los Curas Doctrineros, entre los que se recuerda a los Padres Luis de Monsalve y Tomás Francisco de Arnedo y Paladines de la Fuente. Este último sería nombrado Cura Beneficiado de Tasajera en 1670, pues el Padre Francisco

Mayoral de Olivas y Olivares, nombrado al crearse la Parroquia Santo Domingo de la Tasajera, en 1659 por el Obispo de Popayán el peruano Don Vasco Jacinto de Contreras y Valverde, no dejó rastro, ni libros parroquiales, pues parece que nunca vivió en Tasajera. En 1677, 14 de febrero, el Señor Obispo de Popayán Don Cristóbal Bernardo de Quiroz, visitó la Parroquia Santo Domingo de la Tasajera, y dejó en el denominado Primer Libro de Visitas Canónicas o Pastorales, como auto de reforma de costumbres, la siguiente nota: ‘Goza el heroico timbre de ser primada entre todas las demás Iglesias del Valle de Aburrá, por haber sido erigida en capilla, al tiempo de la Conquista, por el Capitán Jorge Robledo y donde primeramente se celebró el Santo Sacrificio de la Misa por el Padre Facundo Martín de la Parra, Capellán de su ejército. Lo mismo afirmó en su libro ‘Carnero’ el cronista Don José Antonio Benítez, apodado ‘el cojo’, en 1792’.

2.3.2 Visión

En el 2019 Copacabana será un sitio de paz, con alto sentido del respeto por la idiosincrasia de su gente y por la condición humana, visionaria, innovadora y amable, donde los procesos de planificación cualificada, garantizarán no solo la participación y transparencia de la gestión, sino que serán el vínculo directo de la comunidad con la institucionalidad, en aras a crear las condiciones para cimentar una nueva forma de convivencia ciudadana en la diversidad y en armonía con el territorio, propiciando un entorno con alta sostenibilidad, incluyente y equitativo.

2.3.3 Misión

Estimular y propiciar el desarrollo político, social, económico y ambiental del territorio; de acuerdo con sus funciones constitucionales de forma participativa, equitativa e incluyente; aportando al mejoramiento continuo del entorno vital de los habitantes del Municipio, garantizando los derechos y los deberes fundamentales, promoviendo el trabajo colectivo y comprometiendo a nuestros habitantes en la construcción y el crecimiento de un Municipio económico y socialmente sostenible.

2.3.4 Principios

Transparencia

Inclusión

Equidad

Desarrollo Sostenible

2.3.5 Valores

Honestidad: conducta recta, que lleva a observar normas y compromisos con un cumplimiento exigente por parte de sí mismo, teniendo en cuenta principios y valores éticos.

Responsabilidad: cumplir las obligaciones y compromisos adquiridos, dando respuestas adecuadas a lo que se espera de una persona, yendo más allá de la obligación estricta.

Laboriosidad: es la diligente realización del trabajo con dedicación, energía, orden y constancia, con miras a que se cumplan los resultados esperados.

Tolerancia: comprensión y respeto a los demás, a sus ideas y sentimientos, sobre todo cuando son distintos de los nuestros, capacidad para convivir y participar por encima de las diferencias ideológicas.

Sinergia: complementación entre las partes y el todo, entre personas y equipos de trabajo, apoyados en el talento y la creatividad de cada uno, con respeto a las diferencias y llegando más lejos que uno solo.

Justicia: dar a cada uno lo suyo, lo que le corresponde en virtud de su dignidad, de lo que es equitativo en razón de su esfuerzo o trabajo y de lo que supone el ejercicio de sus derechos y el cumplimiento de sus deberes. (3)

KAPAKAHUANA O COPACABANA, ORIGEN DEL NOMBRE,
Según el “DICCIONARIO ORTOGRÁFICO DE APELLIDOS Y DE NOMBRES CON UN APÉNDICE DE NOMBRES GEOGRÁFICOS DE COLOMBIA” escrito por César Conto y Emiliano Isaza, Miembros Correspondientes de la Academia Colombiana de la Lengua, cuarta Edición, Moffat y Paige, Londres 1895, página 113, nota 104, (síntesis): Copacabana es la españolización del vocablo, quechua o aimara, “Kapakahuana”. Esta palabra, del Runa Sini, se descompone así:

A: Kapa: con el significado de claro, sereno, alegre.

B: Kahuana: lugar cómodo, conveniente, desde donde se puede ver a los lejos, bella vista. Los españoles, para suplantar la religión indiana, colocaron allí un Santuario, un templo y una devoción, a la Virgen María. El indio noble, o bien emparentado, Francisco Tito Yupanqui, esculpió, en estuco o barro cocido, la imagen de Nuestra Señora, que los indígenas llaman “la mamita del lago”. Tal artista fue también pintor; sus cuadros se regaron por todo el mundo. Uno de esos cuadros, nuestro Venerado Retablo, nos acompaña hace ya cerca de cuatrocientos años. Es la Patrona de la Población y la nominativa. Está blasonada en el cuartel derecho del jefe de nuestro escudo municipal. Lo mismo en el escudo de la Parroquia en 1959, decretado por el venerado Padre Bernardo Montoya Giraldo, llamado, entre otros títulos copacabanitas “el Cura del Tricentenario Parroquial”. (3)

2.4 MARCO GEOGRAFICO

Copacabana es un municipio de Colombia ubicado en el Valle_de_Aburrá del departamento de Antioquia. Limita al sur con Guarne, al oriente con Girardota, al norte con San_Pedro_de los_Milagros y al occidente con el municipio de Bello. Su cabecera municipal está a 18 kilómetros de Medellín. Copacabana es conocida como la Fundadora de Pueblos. Su nombre viene del quechua Qupa (claro, alegre, sereno) qhawana (lugar donde se puede ver a los lejos).

Datos generales

NIT: 890980767-3
Código DANE: 05212
Extensión: 70 Km²
Población: 66.665 (DANE Junio 30/2011)
Clima: Templado
Altitud: 1.454 m.s.n.m.
Gentilicio: Copacabanense
Fecha de Fundación: 8 de Septiembre de 1541
Fundadores: Capitán Jorge Robledo - Fray Facundo de la Parra (4)

Límites

Al Norte con el municipio de San Pedro, desde el punto de las Peñas (en la cordillera de Medina), siguiendo por el filo de dicha cordillera hasta el Alto Contador y pasando por los Altos de las Cruces, Bocachica, Chuscal, Rinconfrio y Marquitos. Al Oriente con el municipio de Girardota, desde el Alto de Contador, hasta el Alto de la Virgen. Partiendo del primero en busca del nacimiento de la quebrada el limonar; estas aguas abajo hasta su confluencia con el río Medellín; estas aguas arriba hasta donde empieza y termina el Cerro del Ancón, de allí siguiendo por las cuchillas de los Alvarado y del Umbí, cortando por los altos de Umbí, Las Cruces, y el alto de La Virgen.

Al Occidente con el municipio de Bello, desde los nacimientos de la Quebrada Rodas hasta el punto de las peñas, siguiendo el cauce de la quebrada de rodas, hasta su afluencia en el río Medellín; este abajo hasta donde confluyen las aguas de la quebrada Guasimalito o de los escobares, estas aguas arriba hasta su nacimiento, en el punto de las Peñas, punto de partida.

Al Sur con los municipios de Guarne y Medellín; con el primero partiendo desde el Alto de La Virgen hasta la confluencia de la Quebrada Chorrillo en la de piedras blancas, pasando por los altos de morrón y de la sierra; con Medellín, desde la Quebrada Piedras Blancas hasta los nacimientos de la Quebrada Rodas pasando por los puntos Cerro de las Lajas y la manga denominada el retiro. Su zona rural está conformada por 15 veredas y 7 parajes:

VEREDAS: 1. Quebrada Arriba 2. Sabaneta 3. Peñol 4. Babuyal 5. Granizal 6. El Convento 7. Fontidueño 8. Montañita 9. El Salado 10. Alvarado 11. Ancón 12. Zarzal Curazao 13. El Noral 14. La Veta 15. Zarzal La Luz
 PARAJES 1. Alto de la virgen 2. Montañuela 3. EL llano 4. Ancón 2 5. El pinar 6. Las Margaritas 7. Salinas (4)

Tabla 2 Barrios Copacabana

2. La María	14. Yarumito
3. El Tablazo	15. Las vegas
4. El Mojón	16. La Asuncion
5. Fátima	17. La Azulita
6. La Pedrera	18. El porvenir
7. San Francisco	19. Pedregal
8. Miraflores	20. EL Remanso
9. Cristo Rey	21. La misericordia
10. El recreo	22. Machado
11. Obrero	23. Villa Nueva
12. Simón Bolivia	

Extraído desde página de la gobernación

Grafico 3 división veredal



2.5 MARCO LEGAL O NORMATIVO

Ley 1575 "por medio de la cual se establece la ley general de bomberos de Colombia" (5)

Resolución 0661 de 26 de junio de 2014: "Por la cual se adopta Reglamento, Administrativo, Operativo Técnico y Académico de los Bomberos de Colombia" (6)

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 (7)

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" 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" (8)

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

"REGLAMENTO GENERAL ADMINISTRATIVO, OPERATIVO Y TÉCNICO DE LOS BOMBEROS DE COLOMBIA Artículo 2 PARAGRAFO: Los Cuerpos de Bomberos Voluntarios también se rigen igualmente por la Ley 720 de 2001 (Ley del Voluntariado) y la Ley 1505 de 2012 (Grupos de primera respuesta) (9)

LEY 140 DE 1994(junio 23) por la cual se reglamenta la Publicidad Exterior Visual en el Territorio Nacional Artículo 4°.- Condiciones de la Publicidad Exterior Visual en zonas urbanas y rurales. La Publicidad Exterior Visual que se coloque en las áreas urbanas de los municipios, distritos y también en los territorios indígenas, deberá reunir los siguientes requerimientos. (10)

Ley 182 de 1995 Artículo 29. Libertad De Operación, Expresión Y Difusión. El derecho de operar y explotar medios masivos de televisión debe ser autorizado por el Estado, y depender de las posibilidades del espectro electromagnético, de las necesidades del servicio y de la prestación eficiente y competitiva del mismo. Otorgada a la concesión, el operador o el concesionario de espacios de televisión harán uso de la misma, sin permisos o autorizaciones previas. En todo caso, el servicio estará sujeto a la intervención, dirección, vigilancia y control de la Comisión Nacional de Televisión. (11)

DECRETO 919 DE 1989 (Mayo 01): Por el cual se organiza el Sistema Nacional para la Prevención y Atención de Desastres y se dictan otras disposiciones (12)

LEY 46 DE NOVIEMBRE 2 DE 1988: Por la cual se crea y organiza el Sistema Nacional para la Prevención y Atención de Desastres (13)

DECRETO LEGISLATIVO 919 DE MAYO 1 DE 1989: Por el cual se organiza el Sistema Nacional para la Prevención y Atención de Desastres, el cual está constituido por entidades pública y privadas, las cuales elaboran planes, programas, proyectos y acciones específicas (14)

Decreto 3990 del 17 de octubre de 2007. Por el cual se reglamenta la Subcuenta del Seguro de Riesgos Catastróficos y Accidentes del Tránsito del Fondo solidaridad y Garantía, Fosyga, se establecen las condiciones de operación del aseguramiento de los riesgos derivados de daños corporales causados a las personas en accidentes de tránsito, eventos catastróficos y terroristas, las condiciones generales del seguro de daños corporales causados a las personas en accidentes de tránsito, Soat, y se dictan otras disposiciones. (15)

La recién aprobada normatividad, que deroga la Ley 322 de 1996, establece las funciones de los Cuerpos de Bomberos y precisa además las responsabilidades para la gestión integral del riesgo contra incendio, los preparativos y atención de rescates en todas sus modalidades; así como la atención de incidentes con materiales peligrosos. (16)

LEY 720 DE 2001 (Diciembre 24) Reglamentada por el Decreto Nacional 4290 de 2005. Por medio de la cual se reconoce, promueve y regula la acción voluntaria de los ciudadanos colombianos. (17)

2.6 MARCO TEORICO

Desconocimiento de riesgo y emergencias

El Consejo Municipal de la Gestión del Riesgo – CMGR- realizó la primera reunión del año en torno al Plan Municipal de Gestión del Riesgo, las estrategias municipales

de respuesta a emergencias, planes de contingencia sobre el fenómeno del niño y SIATA.

La ingeniera del Área Metropolitana, Paola Gómez, expuso acerca de la parte normativa de los planes municipales de gestión del riesgo, para tenerlo como instrumento y poder incluirlo dentro del Plan de Desarrollo "Copacabana Somos Todos".

Así mismo, el alcalde Oscar Restrepo, intervino resaltando la importancia del municipio en materia ambiental, haciendo especial énfasis en el incremento de los controles que viene adelantando la Secretaría de Agricultura y Medio Ambiente. En el encuentro, se presentó también el Sistema de Alerta Temprana -SIATA - como una de las estrategias con las que cuenta el Consejo Municipal de Gestión del Riesgo CMGR, para alertar de manera oportuna a la comunidad sobre la probabilidad de ocurrencia de un evento hidrometeorológico extremo que pueda generar una situación de emergencia.

Esta primera reunión del consejo, consolida el trabajo para la ejecución de las acciones que concretan los procesos de conocimiento del riesgo, reducción del riesgo y de manejo de desastres, de forma articulada con los demás instrumentos de planeación municipal. (18)

En esta reunión no se hizo énfasis en el 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 de los servicios prestados por los Bomberos mitiga la desinformación y los factores desencadenantes que con ello trae.

Difusión de medios audiovisuales en los sitios web y redes sociales

En el municipio de Copacabana se ha venido trabajando un Plan de desarrollo en el cual se incluyen los medios digitales como parte fundamental de este proceso, haciendo un análisis profundo en el cual se evidencio que la comunidad en su mayoría los utiliza y que es una manera práctica y didáctica de dar información.

Medios digitales: aliados en la participación y construcción ciudadana .Con la llegada de la web 2.0 vino inmersa la interacción en los medios de comunicación, que permitió una

mayor participación con la comunidad a través de los sitios web, los blogs y las redes sociales, plataformas generadoras de contenidos gracias a la dinámica y fácil uso de su interfaz. Estos elementos se convirtieron en aliados de las entidades públicas, como mecanismos de interacción, socialización y evaluación de la opinión pública frente a la información que se produce al interior de las administraciones locales. Para este Plan de Desarrollo, se realizó un plan de medios digitales que permitió la interacción de la comunidad a través de esta herramienta, que incluyó: Sitio web y redes sociales.

Redes Sociales como una herramienta de participación e interacción, en las redes sociales oficiales de la Alcaldía de Copacabana se publicaron las fotografías de las personas que escribieron su aporte para el Plan de Desarrollo.

Estrategia para comunicar con medios audiovisuales, Análisis de medios y tecnologías:

a. Estudio general del medio. Análisis de los distintos medios de comunicación que tenemos a nuestro alcance para dirigirnos al público definido: Prensa y medios gráficos (revistas, magazines, panfletos), radio (cuñas, entrevistas, programas), televisión (anuncios, entrevistas, programas), Internet (Sitio web, banner publicidad, artículos en páginas web...), CDROM, Video (CINE, VHS, DVD, proyecciones...), Soportes urbanos (muro, pegatinas, vallas publicidad, marquesinas de autobús...)

b. Estudio de los medios previstos en el público definido: Análisis del acceso del público al medio previsto, según tiempo dedicado al medio y expectativas puestas en él. Comparación entre el público seleccionado para nuestro proyecto y el público objetivo de cada uno de los medios previstos. Por ejemplo, nuestro público podría acceder a Internet desde su propio ordenador en casa o desde un cibercafé o en el aula de informática de una Institución.

c. Tipo de tecnologías utilizadas: El análisis de aspectos técnicos asegura que la realización del proyecto es viable. A veces será necesario un asesoramiento especializado en el medio y las tecnologías a utilizar y que participe, a ser posible desde el principio, en el proceso de planificación.

d. Reflexión sobre la idoneidad del medio y las tecnologías respecto de los objetivos comunicativos del proyecto. ¿Es el medio elegido el mejor canal para acceder al público elegido? ¿Son las tecnologías elegidas las óptimas para los objetivos que se persiguen?

Estructura de contenidos

La organización de contenidos requiere un guion que estructure las distintas secciones o temas a tratar. Estructura del contenido: En un proyecto bien estructurado, las secciones, apartados o temas siguen una lógica comprensible para el público al que va dirigido el proyecto. Si el público no es capaz de comprender esa estructura no entenderá del todo lo que se quiere transmitir.

Mapa de navegación: Cuando los contenidos se dan de forma sucesiva hay que presentarlos con un orden. Esa ordenación aporta información y no siempre coincide con la estructura de contenidos. En una página web, por ejemplo, el mapa de navegación es el índice de secciones y subsecciones del sitio web o árbol de navegación. En un video, es el guion o storyboard, que ordena la narración.

Tiempos de comunicación: Los contenidos son transmitidos en un tiempo determinado, a veces tan largo que es difícil de calcular. Por ello, hay que hacer una estimación de los tiempos necesarios para que se desarrolle correctamente la comunicación y tenga el efecto deseado en el público (Por ejemplo, ¿Cuánto debe durar un video que se proyecta en institutos? ¿Cuánto tiempo se deben mantener carteles anunciadores de un evento en los muros?) (19)

Economía de 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. El caso de la cámara portátil GoPro es un ejemplo que habla por sí mismo. Y tiempo al tiempo. Además, existen numerosas plataformas que permiten a cualquier usuario tener una presencia

prácticamente profesional en la Red, siendo referencias en este sentido YouTube y Vimeo, sin olvidarnos de las grandes plataformas de streaming, la modalidad de emisión en directo, que cuentan ya con millones de usuarios y cuyas comunidades están creciendo a un ritmo imparable. (20)

Micro Audiovisual.

Para Hilliard (2000), el micro audiovisual incluye una variedad de géneros periodísticos como el reportaje, el documental, la entrevista, el noticiero entre otros que permiten ofrecer un abanico informativo entendiéndose como un servicio público que logra el reforzamiento de la imagen institucional o corporativa.

El micro audiovisual es la representación en un lapso breve de tiempo de cualquier tema, se trabaja bajo directrices de pre-producción que comprende la documentación, recopilación de la información y procesamiento de datos documentales, la producción desemboca en las entrevistas y la organización de las mismas y post-producción se refiere al procesamiento de datos y finalmente la producción del material. (21)

La importancia del formato: vídeos cortos Micro vídeos, vídeo cápsulas, gifs animados y animaciones. 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 micro vídeo 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.

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. (22)

Creación y difusión de nuevos contenidos audiovisuales

Creación y difusión de nuevos contenidos audiovisuales aborda la presentación, descripción y análisis de los distintos formatos y géneros audiovisuales en las redes de comunicación e información digitales, así como la innovación y la experimentación de técnicas específicas de generación de contenidos para las redes electrónicas. Aborda así mismo la estructuración, dinámicas y especificidad de la comunicación audiovisual en la Web 2.0, y la introducción a los canales y a las estrategias de difusión y comercialización de contenidos audiovisuales digitales. Supone una introducción a los conceptos, lenguajes, métodos, técnicas, tecnologías y procesos de creación para la producción de nuevos contenidos audiovisuales a través de las nuevas tecnologías, la utilización de herramientas específicas para la creación digital e interactiva, así como el descubrimiento de las características de la identidad digital, de las comunidades virtuales y de los procesos de interacción. Creación y difusión de nuevos contenidos audiovisuales se desarrolla fundamentalmente a partir de una dinámica de seminario práctico, con el fin de promover tanto el aprendizaje compartido, como la creación y la autoproducción en el seno de la asignatura de proyectos experimentales afines (open source cinema, series Web, crowdsourcing, fan movéis...) (23)

3. DIAGNOSTICO O ANÁLISIS

El Municipio de Copacabana está situado al norte de la ciudad de Medellín, en el Valle de Aburrá, una de las nueve regiones en las que se divide cultural y geográficamente el Departamento de Antioquia. Limita al Norte con el municipio de San Pedro, al Oriente con el municipio de Girardota, al Occidente con el municipio de Bello y al Sur con los municipios de Guarne y Medellín. Tiene una población de 66.665 mil habitantes (Datos del DANE a Junio 30 de 2011), siendo ésta, la sexta aglomeración urbana del Área

Metropolitana del Valle de Aburrá que suma un total de 3.312.165 personas aproximadamente.

Sus principales actividades económicas son: la actividad industrial, las confecciones, la economía informal y la agricultura (principalmente el cultivo de cebolla junca, la naranja y el fique). Para el deporte y la recreación el municipio cuenta con buenos escenarios para la práctica deportiva, siendo los principales:

Unidad Deportiva Central (cancha de fútbol, pista de atletismo, coliseo cubierto, pista de Bicicross, parque infantil, piscina semi-olímpica, canchas de tejo).

Unidad Deportiva la Pedrera (cancha de fútbol y placa polideportiva)

Unidad Deportiva Cristo Rey (cancha de fútbol, placa polideportiva, piscina olímpica).

Los deportes más practicados son: Fútbol, Baloncesto, Natación.

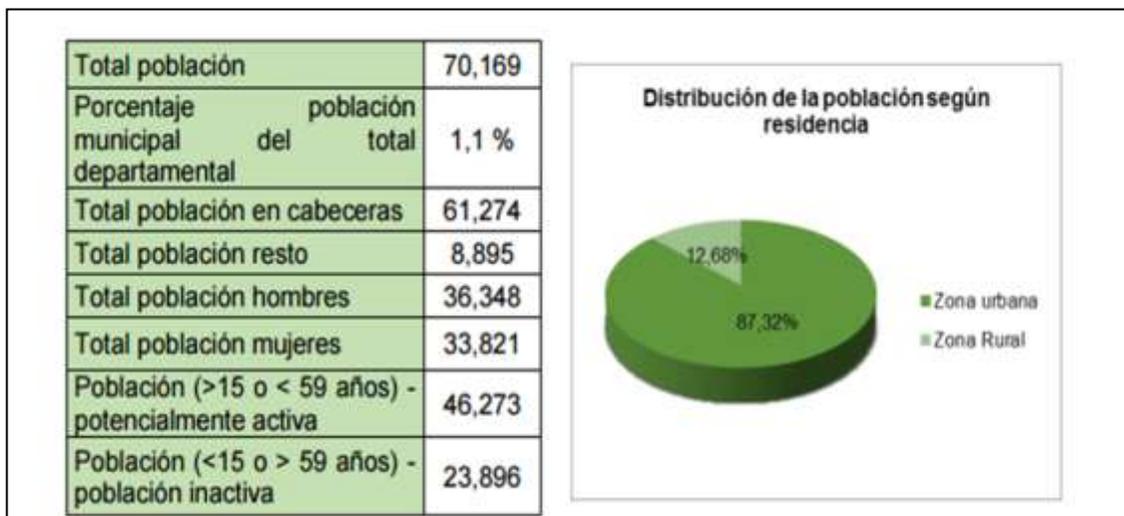
En estos escenarios deportivos más o menos 4.000 personas hacen prácticas diariamente.

Dentro de los datos estadísticos de un municipio resulta importante conocer como está ubicada la población en su territorio y el rango de edades de acuerdo con los ciclos vitales, de manera que los programas y proyectos que se establezcan sean basados en sus demandas. Copacabana es un municipio eminentemente urbano, a pesar que el área del suelo rural sea mayor que la del área urbana, la cifra de la población asentada en la zona urbana es del 87,32 % mientras que en la zona rural tan solo residen el 12,68 % de los habitantes del municipio. En cuanto a la distribución por género tenemos que el 51,80 % son hombres y el 48,20 % lo representan las mujeres. Además, cuenta con una proporción de 36 personas potencialmente activas del 65,95 %, sin embargo, un poco más del doble de esta población no cuenta con empleo, representada en el 34,05 %.

En la proporción por grupos etarios se observa cómo la primera infancia demuestra una proporción del 8,14 % siendo la etapa de menor representatividad en todo el ciclo vital, la infancia (6-11 años) una proporción del 8,59%, la adolescencia (12-17 años) con un 9,77%, la juventud (18-28 años) con una proporción del 18,70%, la adultez (29-59 años) con una proporción del 42,04% y las personas de 60 años y más con un 12,76%. Los datos anteriores señalan que el grupo población del municipio de Copacabana con mayor representatividad corresponde a la población adulta y en condición de trabajar,

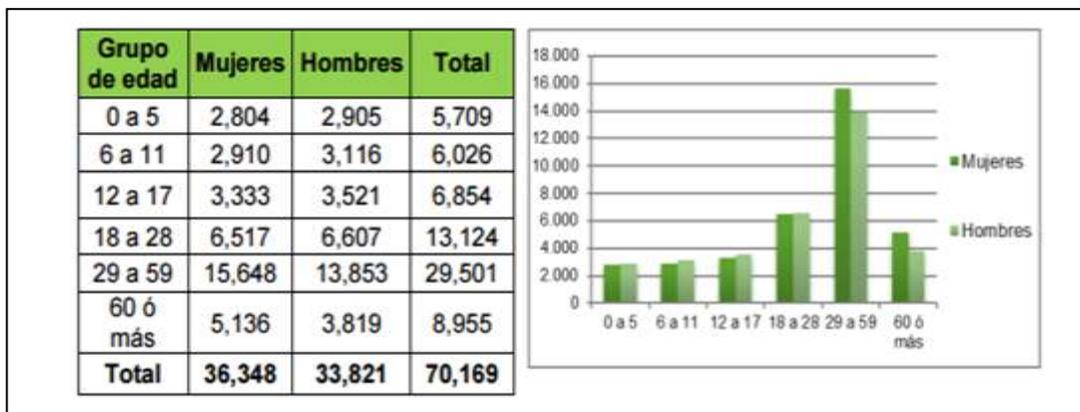
situación que explicaría por qué existe una población inactiva tan alta de 23.896 personas frente a la población potencialmente activa. Igualmente llama la atención que la población infantil, que es la que normalmente crece más en un municipio, para el caso de Copacabana sea la que menos esté representada, esto puede darse a que las mujeres en edad productiva planean con responsabilidad la llegada de sus hijos y el número que quiere para su hogar. (3)

Grafico 4 Ficha municipal



Elaborado por: integrantes del proyecto; 2017

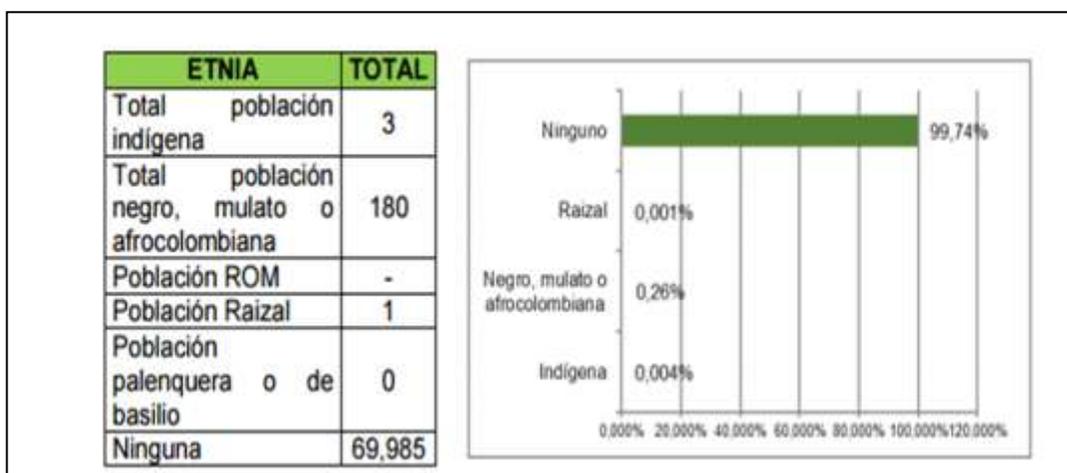
Gráfico 1. Población



Elaborado por: integrantes del Proyecto; 2017

De acuerdo con las estadísticas del DANE para el año 2015 en el municipio de Copacabana, residen habitantes pertenecientes a otras etnias, es el caso de la etnia negra, mulata o afrocolombiana con el 0,26 %, le siguen la indígena con 0,004 y la raizal con el 0,001 %. De acuerdo con la siguiente tabla, la raza mestiza o ninguna es la más representativa con el 99,74 % del total de la población. (3)

Grafico 5 Etnias habitantes de Copacabana



Elaborado por: integrantes del proyecto, 2017

3.1 MANIFESTACIONES CULTURALES

Como en cada Municipio en Copacabana se cuenta con una serie de celebraciones y manifestaciones culturales desde el ámbito religioso, el ámbito deportivo hasta de tipo social y de esparcimiento. Tales como:

Fiestas de la Juventud y el Deporte (14 al 20 de Julio)

Fiestas Patronales de la Parroquia Nuestra Señora de la Asunción (14 al 15 de Agosto)

Aniversario Municipal (8 de Septiembre)

Fiestas de la Naranja (ultima semana de Octubre)

Fiesta de la Santa Cruz (3 de Mayo al 14 de Septiembre)

Fiesta de la Virgen del Carmen (16 de Julio)

Fiestas Patronales de la Virgen de la Asunción (14 al 16 de Agosto)

3.2 ACTIVIDAD ECONÓMICA

El municipio de Copacabana cuenta con una industria muy bien desarrollada para el número de habitantes con que cuenta. Haceb S.A., el principal fabricante de electrodomésticos en Colombia tiene sus instalaciones industriales en este Municipio, y las curtimbres de Copacabana son las más importantes. La localidad tiene también una importante industria turística. Copacabana cuenta con una excelente vía de doble calzada que la comunica con sus vecinas Bello y Medellín. El proyecto del Metro de Medellín, tiene pensado llegar al municipio de Copacabana, aunque aún no hay fecha programada.

Tabla 3 Método DOFA

Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">-Conocimiento del Cuerpo de Bomberos.-Información clara, sencilla y entendible.-Mejor servicio prestado por el Cuerpo de Bomberos Copacabana.-Generar una cultura en la comunidad.-Personas idóneas, preparadas para reaccionar y saber qué hacer en caso de una emergencia.	<ul style="list-style-type: none">-Creación de nuevos proyectos de salud para mejoramiento de la comunidad.-Optimización de los recursos y un uso adecuado-Divulgar y fortalecer el Cuerpo de Bomberos del municipio de Copacabana..-Dar a conocer los productos, bienes y servicios que están ofreciendo como parte de un proyecto, tanto sus beneficios, ventajas y oportunidades para la comunidad.

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> -Difícil acceso a ciertas veredas -Poca capacidad financiera -Los medios de información no sean lo suficiente contundentes para que los habitantes de Copacabana no los capte, memorice y los apliquen. -La población de Copacabana no de importancia acerca de las prestaciones y funciones ofrecidos por el Cuerpo de Bomberos. 	<ul style="list-style-type: none"> -Obstaculizaciones en la salida y en la vía para llegar a dichas emergencias. -No se ha contado con proyectos para el mejoramiento de una comunidad poco conocedora acerca del Cuerpo de Bomberos. -Poca disposición de los habitantes para instruirse.

Elaborado por: integrantes del proyecto; 2017.

4. DISEÑO METODOLÓGICO ALCANCE DEL PROYECTO

Con la realización de la difusión de los servicios del Cuerpo de Bomberos del municipio de Copacabana, se pretende educar a una población desconocedora frente a la existencia del cuerpo de bomberos y sus funciones, logrando así ser una población menos vulnerable y preparada para las situaciones que el cuerpo atiende que busque satisfacer la demanda de la población, obteniendo una mejor calidad del servicio durante las emergencias a fin de preservar el bienestar de cada persona o cualquier otra alteración que puedan causar daños al medio ambiente . Logrando así disminuir el índice de morbimortalidad y el daño a enseres; ya que es importante que la población conozca la forma de operar, sus características, responsabilidad de uso, etapas de implementación y otros detalles del cuerpo de bomberos Copacabana ya que una emergencia se presenta en cualquier momento y es de suma importancia estar preparados no el CBV Copacabana y la población donde son parte importante para poder llevar a cabo lo que se pretende. se buscara hacer llegar estos medios de información a toda la población y veredas del municipio y por ultimo hacer ver la necesidad y lo elemental que es tener una población orientada, una estación preparada con sus recursos, ya que día a día nos vemos enfrentados a múltiples emergencias propiciando una mejor coordinación para cualquier situación haciendo un

llamado a la comunidad y administración municipal en pro de mejoramiento de la comunidad en temas de salud y atención de emergencias para mitigar los siniestros ocasionados por el hombre o la naturaleza.

4.1 METODOLOGIA DEL PROYECTO

Para la realización de este proyecto se trabajó sobre metas precisas utilizando estrategias como: Recopilación de información, creación de videoclips y plegable, grupos focales.

Este proyecto de difusión de los servicios prestados por el Cuerpo de Bomberos del Municipio de Copacabana, se llevó a cabo realizando diferentes actividades, se empezó con asesorías metodológicas, contando con la ayuda profesional del docente Jorge Sánchez, las cuales se realizaron cada miércoles, también se contó con asesoría temática del Docente Jair Flórez de la UNAC.

Se recopiló información sobre el Municipio de Copacabana y sobre el cuerpo de Bomberos. Visitas al Municipio y a la estación de Bomberos, realizando acuerdos para el convenio estudiantes UNAC y Bomberos Copacabana. Búsqueda del personal idóneo para la grabación y edición de los microvídeos, se contó con la ayuda de Mariana Ossa productora/directora/editora y Jesús David Amaya dirección de cámara, arte y edición. Creación del guion y diseño de videos (duración 1 y 30 cada uno) Visita al cuerpo de Bomberos para la grabación Difusión de los videoclips en la población de Copacabana Sondeo en grupos focales sobre la difusión de los videos.

4.2 GRUPOS FOCALES

Definición de grupos focales

Un grupo de personas que han sido seleccionadas y convocadas por un investigador con el propósito de discutir y comentar, desde su punto de vista, el tópico o tema propuesto por el investigador (24). También es considerado como un tipo de entrevista grupal, ya que requiere entrevistar a un número de personas a la misma vez, sin embargo el grupo focal se centra en el análisis de la interacción de los participantes dentro del grupo y sus reacciones al tema propuesto por el investigador, (25).

Áreas que Utilizan los Grupos Focales

Difusión, mercadeo y relaciones públicas, con el propósito de entender los deseos, intereses y necesidades de las personas. ; Investigación organizacional y desarrollo para ayudar a las empresas a solucionar problemas utilizando la investigación acción; Desarrollo comunitario y participativo para facilitar la producción del conocimiento generado por los participantes; Investigación relacionada con la salud, la familia, la educación, conducta sexual, entre otros tópicos; Investigación en el área de las ciencias sociales para estudiar temas relacionados con la identidad, discriminación, entre otros.

Usos Frecuentes de los Grupos Focales

Durante las etapas preliminares o exploratorias de un estudio; Para evaluar o desarrollar un programa; Al finalizar un programa para evaluar el impacto o generar nuevas ideas para investigar; Se puede usar como la metodología de un estudio o como complemento a otros medios de recopilar datos para triangular o validar la información; Pueden ayudar a explorar o generar hipótesis, como desarrollar conceptos o preguntas para cuestionarios y guías de futuras entrevistas

Características de los Grupos Focales

Típicamente se componen de 6 a 10 personas, pero el tamaño puede variar entre 3 y 4 participantes hasta 12 se recomienda entre 6-8, Se llevan a cabo en serie con múltiples grupos con participantes similares son necesarios para detectar patrones y tendencias, Los participantes son homogéneos y preferiblemente por personas que no se conocen. La familiaridad inhibe la participación.

Limitaciones de los Grupos Focales

Los hallazgos no se utilizan para generalizar, El investigador tiene un control menor que la que se tiene durante las entrevistas este produce datos que son difíciles de analizar y Requiere de un moderador con destrezas refinadas en cómo manejar los grupos y pueden ser difíciles de organizar, algunas personas se pueden inhibir al estar.

Los grupos focales no son totalmente anónimos o confidenciales, ya que la información se recoge de forma grupal.

¿Cómo se Organiza un Grupo Focal?

Organice y planifique las preguntas (4 o 5 preguntas si es estructurado el grupo, sino 2 o 3 es más que suficiente) y determine cuántas sesiones aproximadamente necesitará de 3 a 5 sesiones y en qué lugar se reunirán, seleccione los participantes (6 a 12 personas) y cite los mismos a un lugar amplio y apropiado se debe seleccionar personas homogéneas en términos de género, edad, raza u orientación sexual, entre otros, pero que no piensen igual con respecto al tópico que se va a discutir.

Selección de los Participantes

Los participantes se seleccionan tomando en consideración criterios estructurales o sea las características representativas de las determinadas relaciones sociales en la vida real (muestreo teórico o intencionado), tales como: edad, sexo, clase social, población y otros. Lo que se desea es escuchar la voz del grupo, clase o conjunto determinado, no existe un número mágico de participantes, la cantidad dependerá de la comparación que se desea hacer, tema, el tipo de datos que se desea generar y como se esperó analizarlos lo ideal es preparar una tabla con las características de la muestra ideal, sin perder de vista que un futuro, luego del grupo focal y su análisis, pueden surgir otras diferencias entre los participantes.

Las Preguntas para el Grupo Focal

El éxito del grupo focal va a depender de la calidad de las preguntas, por lo que se tienen que pensar y planificar cada una de las siguientes preguntas:

Preguntas para comenzar todos pueden contestar en unos 10-20 segundos y su propósito es identificar las características que comparten los participantes.

Preguntas de introducción, tratan de evocar experiencias pasadas que conectan al participante con el tópico y promueven la conversación.

Preguntas de transición, mueven el foco de la conversación hacia el tópico, facilita el que los participantes conozcan la visión que cada uno tiene.

Preguntas claves que guían el estudio. Se presentan de dos a cinco preguntas, son las que se deben pensar y pilotear con cuidado, ya que serán a las que cargan el mensaje y las que se tendrán que analizar con detenimiento.

Preguntas finales se utilizan para que el participante exprese su posición final con respecto a áreas críticas o preocupaciones. Se pueden hacer preguntas de la siguiente índole: (a) De todo lo expresado, ¿qué es lo más importante para usted?, después que el moderador ofrece un resumen se pregunta ¿Es este un resumen apropiado de lo discutido hoy? Se ofrece una visión panorámica del propósito del estudio y se pregunta ¿Se nos ha quedado algo por

decir? El análisis del grupo focal es que al terminar cada grupo focal hay que transcribir, analizar y resumir y se debe considerar el análisis de las palabras, el contexto, la consistencia o contradicciones, la frecuencia o la extensión del comentario, la intensidad, las respuestas específicas que abundan sobre una respuesta, busque las grandes ideas reduciendo los datos -preparar categorías, buscar patrones y agrupar los datos, seleccionar las citas que mejor representan los hallazgos, comparar notas, preparar un resumen. Importante: ser sistemático y disciplinado para que no se acumule la información y finalmente se analiza todos los grupos focales proceda a preparar el informe.

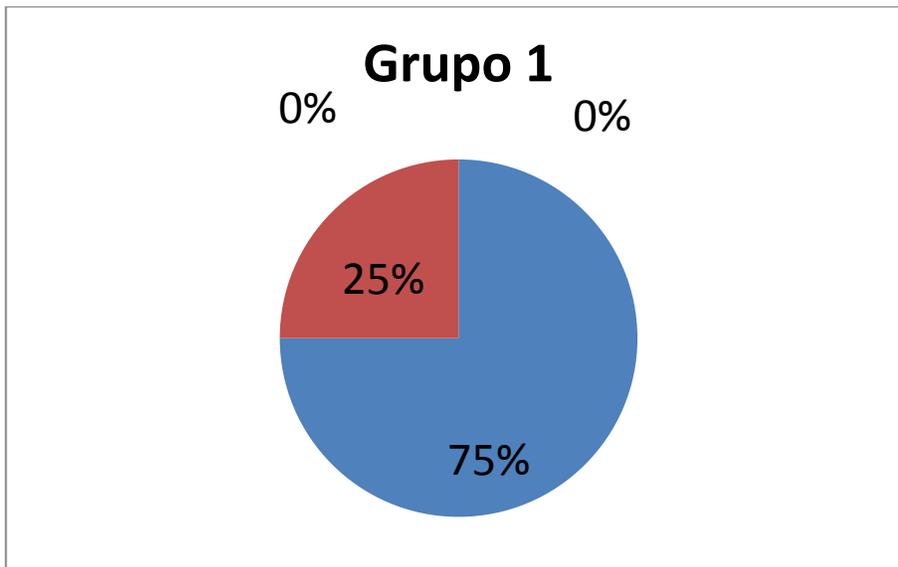
Sondeo

Se realizaron 4 grupos focales formados por 20 personas representadas 20% Hombres, 20% mujeres, 20% niños, 20% jóvenes de diferentes edades 50% de ellos entre 23 y 65 años y 50% entre 9 y 22 años de edad. Se realizaron las siguientes preguntas:

Al finalizar las preguntas se concluye que:

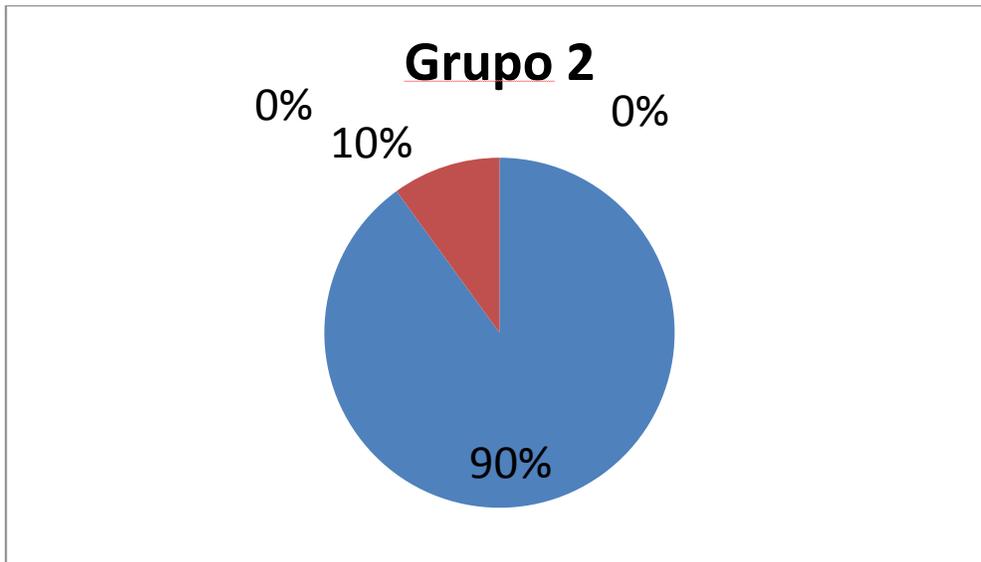
Gráficos

¿Conocía el Cuerpo de Bomberos Voluntario de Copacabana?



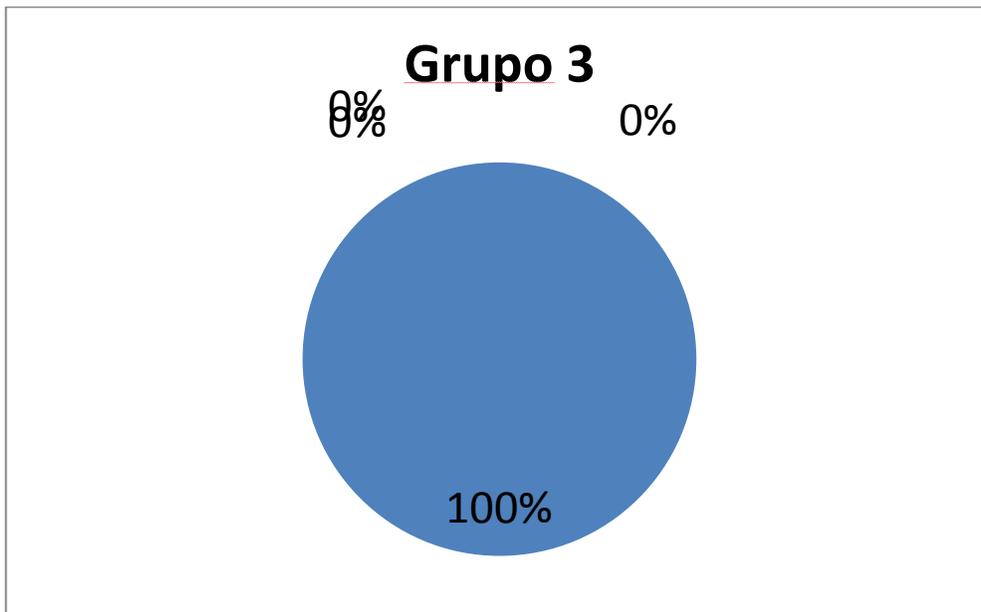
El 75% conocía el Cuerpo de Bomberos Voluntario de Copacabana (la ubicación), el 25% desconocía la existencia de la institución.

¿Entendió Usted cuales son los servicios y funciones del Cuerpo de Bomberos?



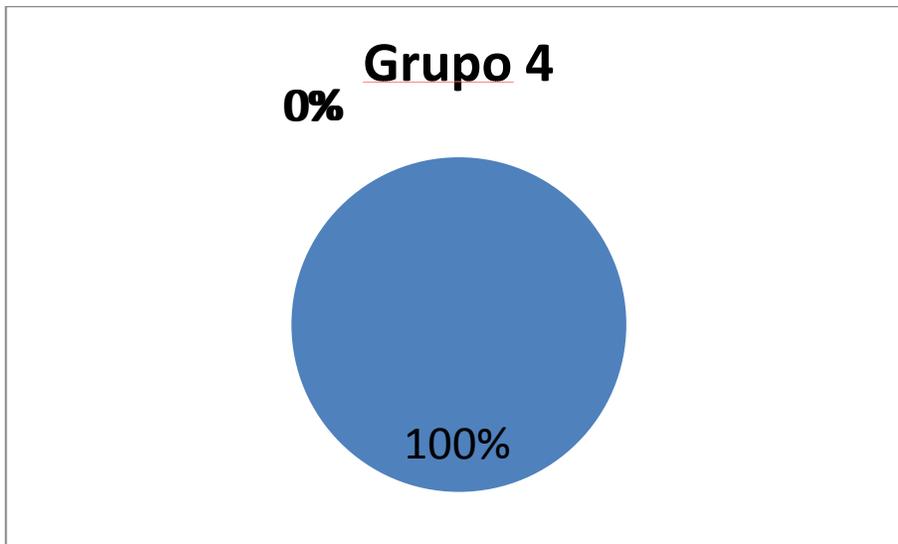
El 90% comprendió cuales los servicios y funciones prestados por el Cuerpo de Bomberos y el 10% restante comprendieron ciertas funciones y servicios, de las otras pidieron explicación.

¿Sabe cual es la línea de emergencia y en que casos llamar?



100% las personas que fueron espectadoras manifestaron quedar completamente enterados del número de emergencias y los casos en los cuales se debe acudir a los Bomberos.

¿Fue clara la información obtenida del videoclip?



100% la finalidad en la creación de los videos pretendía que fueran claros y comprensibles para todo tipo de público, al realizar los grupos focales concluimos que se cumplió con esto ya que al momento de presentarlos se evidencio la buena recepción por parte de todos los participantes y al finalizar con la presentación las dudas que antes tenían quedaron resueltas con solo ver los videoclips.

Tabla 4. Actividades y Costos

ACTIVIDAD	CANTIDAD	COSTO	TOTAL
Cámara Nikon D5300 Fotos	1	2'700.000	2'700.000
Cámara Video Profesional	1	2'100.000	2'100.000
Reflector Led De Luz	1	370.000	370.000
Grabadora De Voz	1	300.000	300.000
Maquillajes	1	25.000	25.000
Portátil	3	1'750.000	5'250.000
Asesor Videos	1	50.000 Hora	100.000
Camarógrafo	2	50.000 Hora	100.000
Asesor Proyecto	2	40.000 Hora	160.0000
Transportes	15 Pasajes	4.000 Pasaje	60.000
Mano De Obra Proyecto Escrito	150 Horas	30.000 Hora	450.0000
Mano De Obra Videos Y Grabación	2horas	50.000 Hora	100.000
Uniformes De Gala	3	150.000 Unidad	450.000
Plegables	8	12.000	96.000

Elaborado a partir de: Integrantes del Proyecto; 2017

Tabla 5. Plan de trabajo

Objetivo Específico	Actividad	Fecha de inicio De la actividad	Fecha de Actividad	Responsable
Definir tema para la realización del proyecto	Socializar entre integrantes y asesor metodológico	08/02/2017 15:00 hs	15/03/2017 17:00 hs	Geraldine Ramírez Manuela Morales Jhonatan Agudelo
Orientación del tema a trabajar	Asesoría temática	15/02/2017	08/05/2017	Geraldine Ramírez Manuela Morales Jhonatan Agudelo Jair Flórez
Búsqueda del sitio para elaborar el proyecto	Certificación de aprobación para la realización del proyecto	08/02/2017	03/03/2017	Angie Gallego Jairo Castañeda
Búsqueda de información del tema	Visita al CBV Copacabana para datos y revisión de proyectos de la alcaldía, información general de sitios Web	08/02/2017	05/05/2017	Geraldine Ramírez Manuela Morales Jhonatan Agudelo
Orientación Capítulo 1 hasta Capítulo 5	Asesoría metodológica - Aplicación de las normas Vancouver	15/02/2017	05/05/2017	Jorge Sánchez Jair Flórez
Cotización de la grabación y edición de los micro videos	Búsqueda del comunicador audiovisual	18/03/2017	29/03/2017	Geraldine Ramírez Manuela Morales Jhonatan Agudelo
Creación del Guion	Redacción, búsqueda de información	26/03/2017	28/03/2017	Manuela Morales Geraldine Ramirez
Grabación de los Microvideos videos	Visita al CVB y municipio de Copacabana	08/04/2017	08/04/2017	Mariana Ossa Jesús Amaya
Edición del video	Mejoras al video	09/04/2017	18/04/2017	Mariana Ossa Jesús Amaya

Visita al Municipio	Asesorías informativas para la difusión del video	20/04/2017	22/04/2017	Jhonatan Agudelo
Difusión de los videos	Visita al Municipio de Copacabana Sondeo de la aceptación del video	29/04/2017	30/04/2017	Geraldine Ramírez Manuela Morales Jhonatan Agudelo
Entrega de proyecto a asesores	Finalización de los capítulos del trabajo, conclusiones y aplicación de normas.	10/05/2017	10/05/2017	Geraldine Ramírez Manuela Morales Jhonatan Agudelo
Exposición del proyecto	Entrega final y presentación a jurados	17/05/2017	17/05/2017	Geraldine Ramírez Manuela Morales Jhonatan Agudelo

Elaborado por: integrantes del proyecto; 2017

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Por medio del desarrollo de este proyecto se pretendió dar a conocer el Cuerpo Bomberos Voluntarios Copacabana y que los habitantes del Municipio comprendan la importancia de este.

En la aplicación del estudio del grupo focal, se detectó el desconocimiento del servicio que presta el cuerpo de bomberos del municipio de Copacabana.

El Cuerpo de Bomberos necesitaba darse a conocer de manera didáctica de tal manera que se generara una respuesta asertiva por parte de la comunidad.

La realización de este trabajo fue de gran satisfacción a nivel institucional, y sobre todo a nivel de prestación de los servicios siendo su calificación aceptable.

Se deberá capacitar de forma frecuente para que las personas hagan conciencia de la importancia del Cuerpo de Bomberos y sus funciones.

El Cuerpo de Bomberos necesitaba darse a conocer de manera didáctica de tal manera que se generara una respuesta asertiva por parte de la comunidad.

Es esencial sensibilizar a la población del Municipio de Copacabana por medio de otros campos informativos como noticieros locales y departamentales, paginas web, artículos de periódicos, vallas publicitarias, volantes informativos y redes sociales.

Grafico 6 Ambulancia Copacabana



Grafico 7 Derrumbe autopista Medellín Bogotá



Elaborado por: Emergencia por derrumbe en autopista Medellín Bogotá (26)

Grafico 8 Invitación a cursos por parte de bomberos Carepa

BOMBEROS COLOMBIA **CUERPO DE BOMBEROS CAREPA**

**TE INVITA:
A LOS SIGUIENTES CURSOS**

- ✓ Inspector De Seguridad Nivel Intermedio Curso Táctico Grupo B.
- ✓ Sistemas De Protección Contra Incendios Curso Estratégico Grupo E. Metodología NFPA.

Del 19 al 23 Diciembre- 2016
Inversión: \$ 400.000 Mil Pesos incluye la certificación de los dos Cursos, alojamiento y alimentación.

Informes : 310-811-9764 o 320-414-6386
Bomberoscarepa@hotmail.com
bomberosapartadodp@gmail.com

Requisitos: Inspector de Seguridad Nivel Básico.

AVALADO POR: D.N.B.C

Grafico 9 área metropolitana declara urgencia

GENERALES DEPORTES EL POSTRE ECONÓMICAS SALUD SECCIONES QUIÉNES SOMOS

CC

Copacabana pide al Área Metropolitana declarar urgencia manifiesta ante las afectaciones por el invierno

19 octubre 25, 2016 • Hoja de Ruta

La crecida de varias quebradas genera estragos en Piedregal y San Juan de Copacabana.

Con las lluvias de las últimas semanas se han presentado varias emergencias en sectores del Valle de Aburrá. El municipio de Copacabana no se escapa pues el invierno ha provocado la crecida de varias quebradas como La Chuzota causando serios estragos.

Según la administración municipal no se ha intervenido la quebrada por ser un lote privado. Se espera que en el transcurso de esta semana el Área Metropolitana de respuesta sobre la intervención en la quebrada. Mientras tanto a ellos les toca esperar en este que es su techo provisional.

Elaborado por: Copacabana afectada por el invierno (27)

Grafico 10 Incendio en Copacabana



Elaborado por: integrantes del proyecto Bomberos controlan incendio en Copacabana (28)

Grafico 11 fogón ocasiono incendio en Copacabana



6. REFERENCIAS

1. Bomberos Bogota. [Online].; 2012 [cited 2017 03 24. Available from: HYPERLINK "http://www.bomberosbogota.gov.co/content/view/1501/280/"
<http://www.bomberosbogota.gov.co/content/view/1501/280/> .
2. Educacion a la ciudadanía en general de medellin sobre la atencion prehospitalaria. [Online].; 2016 [cited 2017 03 23. Available from: HYPERLINK "http://repository.unac.edu.co/jspui/bitstream/11254/661/1/Proyecto%20de%20grado%20%28rev%29"
<http://repository.unac.edu.co/jspui/bitstream/11254/661/1/Proyecto%20de%20grado%20%28rev%29> .
3. plan de desarrollo. [Online].; 2016 [cited 2017 03 23. Available from: HYPERLINK "http://www.copacabana.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno/Plan%20de%20Desarrollo%202016%20-%202019.pdf"
<http://www.copacabana.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno/Plan%20de%20Desarrollo%202016%20-%202019.pdf> .
4. plan de desarrollo. [Online].; 2016 [cited 2017 03 22. Available from: HYPERLINK "http://www.copacabana.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno/Plan%20de%20Desarrollo%202016%20-%202019.pdf"
<http://www.copacabana.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno/Plan%20de%20Desarrollo%202016%20-%202019.pdf> .
5. reglamento general. [Online]. [cited 2017 03 22. Available from: HYPERLINK "https://www.cfnbcolombia.com/pdf/SugerenciasRTAO/Propuesta%20Reglamentacion%20ley%201575.pdf"
<https://www.cfnbcolombia.com/pdf/SugerenciasRTAO/Propuesta%20Reglamentacion%20ley%201575.pdf> .
6. proyecto de grado. [Online].; 2016 [cited 2017 03 22. Available from: HYPERLINK "http://repository.unac.edu.co/jspui/bitstream/11254/706/1/Trabajo%20de%20grado%20(rev%20rev)"
[http://repository.unac.edu.co/jspui/bitstream/11254/706/1/Trabajo%20de%20grado%20\(rev%20rev\)](http://repository.unac.edu.co/jspui/bitstream/11254/706/1/Trabajo%20de%20grado%20(rev%20rev)) .
7. diaraio oficial. [Online].; 2014 [cited 2017 03 22. Available from: HYPERLINK

- "<https://www.cfnbcolombia.com/pdf/DN/DiariOficial/Res-661%20de%202014%20DIARIO%20OFICIAL.pdf>"
<https://www.cfnbcolombia.com/pdf/DN/DiariOficial/Res-661%20de%202014%20DIARIO%20OFICIAL.pdf> .
8. regimen legal. [Online].; 2012 [cited 2017 03 22. Available from: HYPERLINK
"http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=47141"
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=47141> .
9. accion voluntaria. [Online].; 2005 [cited 2017 03 22. Available from: HYPERLINK
"http://www.cerrejon.com/site/portals/0/Documents/pdf/LEY-720-DE-2001-ACCION-VOLUNTARIA..pdf" <http://www.cerrejon.com/site/portals/0/Documents/pdf/LEY-720-DE-2001-ACCION-VOLUNTARIA..pdf> .
10. legislacion publicitaria. [Online]. Available from: HYPERLINK
"https://www.abcpublicitario.com/institucional/legislacion"
<https://www.abcpublicitario.com/institucional/legislacion> .
11. regimen legal. [Online].; 2007 [cited 2017 03 22. Available from: HYPERLINK
"http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6738"
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6738> .
12. normativa publica. [Online]. [cited 2017 03 22. Available from: HYPERLINK
"http://www.andacol.com/index.php/normativa/46-normativa/compendio-normativo-de-publicidad-en-colombia/medios/108-normatividad-publicidad-television"
<http://www.andacol.com/index.php/normativa/46-normativa/compendio-normativo-de-publicidad-en-colombia/medios/108-normatividad-publicidad-television> .
13. decreto 919. [Online]. [cited 2017 03 22. Available from: HYPERLINK
"https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3532_documento.pdf"
https://www.mintic.gov.co/portal/604/articles-3532_documento.pdf .
14. ley 46. [Online]. [cited 2017 03 05. Available from: HYPERLINK
"http://www.ideam.gov.co/documents/24024/26915/C_Users_hbarahona_Desktop_Monica+R_normas+pag+web_ley+46+de+1988.pdf/7990561a-63f5-4927-9c91-fad4e81383a7"
http://www.ideam.gov.co/documents/24024/26915/C_Users_hbarahona_Desktop_Monica+R_normas+pag+web_ley+46+de+1988.pdf/7990561a-63f5-4927-9c91-fad4e81383a7 .

15. decreto 919. [Online]. [cited 2017. Available from: HYPERLINK
["http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=13549"](http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=13549)
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=13549> .
16. decreto 3990. [Online]. [cited 2017 03. Available from: HYPERLINK
["http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=27568"](http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=27568)
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=27568> .
17. copacabana. [Online]. [cited 2017. Available from: HYPERLINK
["https://es.wikipedia.org/wiki/Copacabana_\(Antioquia\)"](https://es.wikipedia.org/wiki/Copacabana_(Antioquia))
[https://es.wikipedia.org/wiki/Copacabana_\(Antioquia\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Copacabana_(Antioquia)) .
18. copacabana. [Online]. [cited 2017 03 25. Available from: HYPERLINK
["http://www.copacabana.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno/Plan%20de%20Desarrollo%202016%20-%202019.pdf"](http://www.copacabana.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno/Plan%20de%20Desarrollo%202016%20-%202019.pdf)
<http://www.copacabana.gov.co/MiMunicipio/ProgramadeGobierno/Plan%20de%20Desarrollo%202016%20-%202019.pdf> .
19. medios audiovisuales. [Online]. [cited 2017 03 15. Available from: HYPERLINK
["http://www.letra.org/spip/spip.php?article593"](http://www.letra.org/spip/spip.php?article593)
<http://www.letra.org/spip/spip.php?article593> .
20. importancia del video audiovisual. [Online]. [cited 2017. Available from: HYPERLINK
["http://www.trecebits.com/2013/06/05/importancia-y-ventajas-del-video-online/"](http://www.trecebits.com/2013/06/05/importancia-y-ventajas-del-video-online/)
<http://www.trecebits.com/2013/06/05/importancia-y-ventajas-del-video-online/> .
21. estrategia comunicacional. [Online]. [cited 2017. Available from: HYPERLINK
["http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/V87/18_QuinonesGuerreroRengel_V87.pdf"](http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/V87/18_QuinonesGuerreroRengel_V87.pdf)
http://www.razonypalabra.org.mx/N/N87/V87/18_QuinonesGuerreroRengel_V87.pdf .
22. importancia de los videos. [Online]. [cited 2017. Available from: HYPERLINK
["https://quatrefilms.com/2016/02/24/importancia-videos-cortos/"](https://quatrefilms.com/2016/02/24/importancia-videos-cortos/)
<https://quatrefilms.com/2016/02/24/importancia-videos-cortos/> .
23. creación y difusión. [Online]. [cited 2017. Available from: HYPERLINK
["http://fcd.ugr.es/pages/programa-asignaturas/biblioteconomia-y-documentacion/20122013/gdcreaciondifnuevosagca/!"](http://fcd.ugr.es/pages/programa-asignaturas/biblioteconomia-y-documentacion/20122013/gdcreaciondifnuevosagca/)
[http://fcd.ugr.es/pages/programa-asignaturas/biblioteconomia-y-documentacion/20122013/gdcreaciondifnuevosagca/!](http://fcd.ugr.es/pages/programa-asignaturas/biblioteconomia-y-documentacion/20122013/gdcreaciondifnuevosagca/)
24. Powell. RESEARCH. [Online].; 2015 [cited 2017 03 02. Available from: HYPERLINK

- "<http://www.iadb.org/es/investigacion-y-datos/research-20-anos/detalle-del-ponente,18003.html?id=18>" <http://www.iadb.org/es/investigacion-y-datos/research-20-anos/detalle-del-ponente,18003.html?id=18> .
25. Morgan D. The Focus Group. [Online].; 1997 [cited 2017 03 02. Available from: HYPERLINK "https://88c0d056-a-62cb3a1a-sites.googlegroups.com/site/tenicadeentrevistaiiparte/entrevista-grupal/EntrevistasGrupales.pdf?attachauth=ANoY7crCneKetLzAEi7I8--xP73pAO4p-SnuV_I7xfBO4BIVmloDlGk8y3nOsPumf_9ZIsO8pg8puAeprj35elEnsTjKZvV6LRUYxx3g3sI4zA0hid9-Dp" https://88c0d056-a-62cb3a1a-sites.googlegroups.com/site/tenicadeentrevistaiiparte/entrevista-grupal/EntrevistasGrupales.pdf?attachauth=ANoY7crCneKetLzAEi7I8--xP73pAO4p-SnuV_I7xfBO4BIVmloDlGk8y3nOsPumf_9ZIsO8pg8puAeprj35elEnsTjKZvV6LRUYxx3g3sI4zA0hid9-Dp .
26. emergencia. [Online].; 2017 [cited 2017. Available from: HYPERLINK "http://www.antioquia.gov.co/index.php/component/k2/item/1543-cuerpos-de-socorro-de-antioquia-atienden-emergencia-por-derrumbe-en-la-autopista-medell%C3%ADn-bogot%C3%A1" <http://www.antioquia.gov.co/index.php/component/k2/item/1543-cuerpos-de-socorro-de-antioquia-atienden-emergencia-por-derrumbe-en-la-autopista-medell%C3%ADn-bogot%C3%A1> .
27. invierno en copacabana. [Online]. [cited 2017. Available from: HYPERLINK "https://h13n.com/copacabana-pide-al-area-metropolitana-declarar-urgencia-manifiesta-ante-las-afectaciones-por-el-invierno/" <https://h13n.com/copacabana-pide-al-area-metropolitana-declarar-urgencia-manifiesta-ante-las-afectaciones-por-el-invierno/> .
28. Incendio en copacabana. [Online]. [cited 2017. Available from: HYPERLINK "https://www.youtube.com/watch?v=-0qsiHpvXfQ" <https://www.youtube.com/watch?v=-0qsiHpvXfQ> .
29. Incendio en copacabana. [Online]. [cited 2017. Available from: HYPERLINK "https://www.youtube.com/watch?v=ntWQS0fIPww" <https://www.youtube.com/watch?v=ntWQS0fIPww> .
30. H CER. www.aibarra. [Online]. [cited 2016 mayo 20. Available from: HYPERLINK "http://www.aibarra.org/Guias/1-18.htm" <http://www.aibarra.org/Guias/1-18.htm> .
31. publicación de la Policía Nacional de Colombia. Policía Nacional. [Online].; 2009 [cited 2016 mayo 20. Available from: HYPERLINK

- "http://www.policia.edu.co/documentos/doctrina/manuales_de_consulta/manual%20del%20cai.pdf"
http://www.policia.edu.co/documentos/doctrina/manuales_de_consulta/manual%20del%20cai.pdf .
32. caracol radio. caracol radio. [Online].; 2016 [cited 2016 mayo 30. Available from: HYPERLINK "http://caracol.com.co/emisora/2016/05/21/medellin/1463850308_692400.html"
http://caracol.com.co/emisora/2016/05/21/medellin/1463850308_692400.html .
33. alcaldia de Bogota. [Online].; 2010 [cited 2016 mayo 30. Available from: HYPERLINK "<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=39180>"
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=39180> .
34. alcaldia de bogota. [Online].; 1970 [cited 2016 mayo 30. Available from: HYPERLINK "<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6945>"
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=6945> .
36. Corporación Universitaria Adventista. UNAC. [Online].; 2015 [cited 2016 mayo 30. Available from: HYPERLINK "<http://www.unac.edu.co/index.php/historia/>"
<http://www.unac.edu.co/index.php/historia/> .
37. Corporación Universitaria Adventista. UNAC. [Online].; 2015 [cited 2016 mayo 30. Available from: HYPERLINK "<http://www.unac.edu.co/index.php/mision-y-vision/>"
<http://www.unac.edu.co/index.php/mision-y-vision/> .
38. Corporación Universitaria Adventista. UNAC. [Online].; 2015 [cited 2016 mayo 30. Available from: HYPERLINK "<http://www.unac.edu.co/index.php/nuestros-perfiles/>"
<http://www.unac.edu.co/index.php/nuestros-perfiles/> .
39. Corporación Universitaria Adventista. UNAC. [Online]. [cited 2016 mayo 30. Available from: HYPERLINK "<http://www.unac2020.com/>"
<http://www.unac2020.com/> .
40. Alcaldia de Bogota. Alcaldia de Bogota. [Online].; 2002 [cited 2016 mayo 30. Available from: HYPERLINK "<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5557>"
<http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=5557> .
41. copacabana. [Online].; 2017 [cited 2017 03 22. Available from: HYPERLINK "[https://es.wikipedia.org/wiki/Copacabana_\(Antioquia\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Copacabana_(Antioquia))"
[https://es.wikipedia.org/wiki/Copacabana_\(Antioquia\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Copacabana_(Antioquia)) .

