

**Modelo Comunicacional de la Gerencia de Sostenibilidad del Grupo  
Bancolombia**

**Trabajo de Grado para Optar por el Título de Comunicador Periodista**

**Sara Penagos Rojas**

**Asesor (a):**

**Luisa Fernanda Pulgarín Restrepo**

**Especialista en Alta Gerencia**

**Corporación Universitaria Lasallista**

**Facultad De Ciencias Sociales Y Educación**

**Comunicación Y Periodismo**

**Caldas, Antioquia**

**2013**

## Contenido

Objetivos y justificación de la práctica .....	7
Objetivo general: .....	7
Objetivos específicos .....	7
Justificaciones .....	8
Impacto científico y tecnológico .....	8
Impacto social y económico .....	9
Marco teórico .....	11
Historia de la responsabilidad social y la sostenibilidad: .....	11
Aplicabilidad de los términos: Desarrollo sostenible, perdurable o sustentable: .....	13
Dow Jones Sustainability Indexes: .....	17
La información ambiental: .....	17
Periodismo preventivo: .....	18
Metodología .....	21
Fase exploratoria.....	21
Fase de focalización.....	21
Resultados .....	23
Conclusiones .....	34
Recomendaciones .....	36
Referencias .....	37

**Tabla De Ilustraciones**

Ilustración 1: Parrilla De Temas Con Necesidades Comunicaciones Para El Año	24
Ilustración 2: Nota Lanzamiento Programa Piloto De Emprendimiento En El Departamento De Risaralda	26
Ilustración 3: Nota Inauguración Centro De Desarrollo Infantil Moravia	26
Ilustración 4: Nota Informativa: Inauguración Aulas De Aceleración Del Aprendizaje En Nariño	27
Ilustración 5: Nota Periodística Héroes Por La Conservación Del Planeta	28
Ilustración 6: Nota Periodística ¿Qué Es Dow Jones Sustainability Indexes?	30
Ilustración 7: Nota Atributos De Líneas De Crédito Ambientales #1	31
Ilustración 8: Nota Atributos De Líneas De Crédito Ambientales #2	31
Ilustración 9: Nota Atributos De Líneas De Crédito Ambientales #3	32
Ilustración 10: Publicación En Boletín Electrónico	32
Ilustración 11: Home En Intranet Para El Voluntariado Corporativo	33
Ilustración 12: Página En Intranet Voluntariados Puntuales	33

## **Resumen**

Este documento es el informe final de práctica profesional, requisito para obtener el título de comunicador periodista de la Corporación Universitaria Lasallista y ha dado origen al Modelo Comunicacional de la Gerencia de Sostenibilidad del Grupo Bancolombia. Este documento da por concluido el trabajo de grado.

El objetivo del trabajo es generar una estructura comunicacional que ayude a optimizar los flujos de comunicación dentro de la Gerencia de Sostenibilidad del Grupo Bancolombia. Para generar esta estructura comunicacional se toman varias referencias que centran y evidencian la aplicabilidad de la comunicación y el periodismo en la sostenibilidad, partiendo de una concisa presentación y explicación de las tres dimensiones de este nuevo concepto y de cómo se involucran en el día a día del Grupo Bancario.

Este proceso redunda no sólo en un modelo plasmado en papel, que puede ser tomado como guía en el futuro. También se generaron piezas que daban vida a acciones planteadas en el proceso.

## **Abstract**

The following document contains the final professional internship report, which is required to obtain the title of journalist communicator of the Corporación Universitaria Lasallista. Said document has originated the communicational model for the Sustainability Area of the Bancolombia Group.

The objective of the report is to generate a communicational structure that aids in optimizing communication flows within the Sustainability Area of the Bancolombia Group. In order to create the communicational structure, several references are used for evidencing the applicability of communications and journalism in sustainability, starting from a concise

presentation that explains the three dimensions of this new concept and how they are involved in the day to day activities of a banking group.

This process revolves not only around the creation of a documented model but as a guide that can be implemented in the future. Additionally individual pieces were created that bring to life the actions described in the process.

En el proceso de obtener el título de comunicador (a) periodista se elaboro este informe de práctica que da cuenta de la transformación del concepto de Responsabilidad Social Empresarial en Sostenibilidad y cómo éste se introduce en la estructura organizacional de una gran empresa del sector bancario en Colombia.

A finales de 2012 el Grupo Bancolombia incorporó en su organigrama la Gerencia de Sostenibilidad, donde se integran la Fundación Bancolombia con la Gestión Ambiental y Social del Banco. Una Gerencia que trabaja por que cada día la labor de la organización sea más consciente y responsable de cara al medio ambiente y a las comunidades con las que se relaciona, tanto internas como externas.

Con el fin de apoyar esta labor de forma efectiva, durante el primer semestre de 2013, se profundizó en la estructuración de un modelo comunicacional que permitiera dar orden al flujo de información de la Gerencia, logrando identificar así temas, tiempos y públicos específicos para comunicar y conseguir así que los colaboradores del Grupo Bancario conocieran y vivieran el concepto de sostenibilidad, para hacerlo visible, en una segunda etapa, de cara a los clientes y públicos externos.

El proceso finalizo en un plan de comunicaciones que fue puesto en práctica, dando como resultado las evidencias que se presentan a continuación.

## **Objetivos y justificación de la práctica**

### **Objetivo general:**

Generar una estructura comunicacional que ayude a optimizar los flujos de comunicación dentro de la Gerencia de Sostenibilidad del Grupo Bancolombia, para que gracias al orden, se identifique el qué, cómo y a quién comunicar oportuna y puntualmente.

### **Objetivos específicos**

- 1) Construir un mapa de orden que de fecha a los temas que necesiten ser comunicados durante el año por las diferentes áreas que componen la Gerencia de Sostenibilidad.
- 2) Comunicar los temas identificados en el mapa de orden, a través del medio más efectivo según el tipo de contenido.
- 3) Montar y publicar el sitio web de la Fundación Bancolombia, compuesto por 4 micrositios correspondientes a: Primera Infancia, Educación, Emprendimiento y Voluntariado Corporativo.
- 4) Actualizar constantemente los micro-sitios con la información correspondiente.

## **Justificaciones**

### **Impacto científico y tecnológico**

A través de la comunicación y el periodismo es posible identificar las necesidades comunicacionales de las áreas que componen la Gerencia de Sostenibilidad del Grupo Bancolombia. Para, a partir de esto generar unas guías para la ejecución de las comunicaciones sostenibles al interior de la empresa.

La propuesta de trabajo presentada en este documento se considera con alta pertinencia dada la reciente configuración de la Gerencia de Sostenibilidad, que nace del programa Davinci ejecutado durante los últimos meses en las áreas administrativas del banco.

Una nueva gerencia que apunta a dar garantías ambientales y sociales, que busca demostrar a sus diferentes públicos que hacen parte de una banca doliente y que se preocupa por intervenir en las problemáticas del país, tanto sociales como ambientales, requiere acciones que permitan que los diferentes canales internos de comunicación sean utilizados, de tal manera que brinden el despliegue informativo necesario para este tipo de temas. Temas que requieren ser informados no sólo desde cifras, indicadores económicos o estructuras cuadriculadas, sino desde la experiencia de las comunidades beneficiadas por las acciones sociales, o por el testimonio de expertos que certifiquen que Bancolombia está generando cada día menos impacto ambiental, mientras que apoya el surgimiento y evolución de empresas que basan sus procesos productivos en prácticas sostenibles.

Las necesidades anteriormente mencionadas tienen su punto de encuentro con la comunicación y el periodismo, en una modalidad relativamente nueva de esta disciplina de las

ciencias sociales: el periodismo sostenible. Este será la guía para crear un modelo de gobierno de comunicaciones internas nuevo e innovador dentro del grupo bancario, que dará los lineamientos para abordar y transmitir de forma efectiva y oportuna los temas vitales de la gerencia, que son considerados corporativos.

### **Impacto social y económico**

La configuración actual de la Gerencia de Sostenibilidad del Grupo Bancolombia es una configuración nueva, que en los últimos meses entró a depender directamente de la presidencia de la compañía, bajo el amparo de la vicepresidencia de identidad corporativa, lo que hace que las propuestas que desde allí se desarrollan apunten a cumplir con objetivos corporativos. Estos objetivos necesitan ser comunicados a todos los públicos del grupo bancario, a través de un conducto que permita que la comunicación de dichos temas cuente con el despliegue informativo necesario para resaltar su importancia y pertinencia dentro de la entidad financiera.

Hechos como que la compañía ingresó recientemente al Dow Jones Sustainability Indexes (ranking de empresas con prácticas sostenibles a nivel mundial), necesitan darse a conocer a los públicos externos, pero para lograr llevar este tipo de información a ellos con una efectividad que logre un impacto importante en el nivel de recordación y concepto de dichos públicos sobre la compañía, es casi una obligación transmitirlo primero a los público internos, de tal manera de que ellos no sólo lo comprendan, sino que lo vivan y sean capaces de transmitirlo como una experiencia propia. Es en este punto donde radica la importancia del trabajo que se realizará en los próximos tres meses, ya que es a partir del desarrollo de un modelo

comunicacional basado en exploraciones de nuevas modalidades del periodismo, que se logrará comunicar estos temas específicos de manera efectiva a nuestros grupos de interés.

Un efecto secundario que se logrará con la implementación del trabajo anteriormente justificado es el que el sentido de pertenencia de los colaboradores hacía la compañía, se verá fortalecido por conocer que hacen parte de una entidad que se preocupa por el medio ambiente y las comunidades menos favorecidas del país, lo que desembocará en un clima laboral armonioso para desarrollo de las actividades laborales.

## **Marco teórico**

Para llegar a conocer cuál es la aplicabilidad del periodismo dentro de la sostenibilidad empresarial, es importante conocer cuál es su origen y la evolución que el mismo ha sufrido a partir de mediados del siglo XX. Es por esto que a continuación se presentan algunos avances históricos que, más adelante, nos ayudarán a comprender las dimensiones de la sostenibilidad y qué avances a tenido el periodismo, como disciplina de las ciencias sociales y humanas, en su proceso de inclusión dentro de esta nueva preocupación de las organizaciones por las buenas prácticas que se refieran a la administración de todo tipo de recursos y relaciones con sus grupos de interés.

### **Historia de la responsabilidad social y la sostenibilidad:**

El Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible, CECODES (CECODES, 2013), describe la evolución de la responsabilidad social y de la sostenibilidad en momentos históricos puntuales:

- Inicialmente la acción social se basaba en la beneficencia y las obras de caridad, partiendo más de los individuos (empresarios) que de las organizaciones.
- En la década de los años 50 surgieron unos mecanismos tributarios que incentivaron los aportes caritativos.
- En los años 60 destacados líderes empresariales como: Thomas Watson de IBM, David Rockefeller de Chase Manhattan, entre otros, empezaron a implementar la idea de responsabilidad social de las empresas.

- Hacia los años 70 el concepto adquirió mayor importancia, gracias a numerosas demandas del sector económico. Una gran figura que promovió con fuerza el concepto fue el reverendo León Sullivan con el desarrollo de los denominados “principios Sullivan” que llegaron a adoptarse como un estándar a nivel mundial, logrando motivar a los consumidores a preferir empresas que tuvieran prácticas socialmente responsables.
- Gracias a la respuesta de los públicos frente a las buenas prácticas empresariales, las organizaciones comenzaron a diseñar manuales de conducta y a hacerlos visibles ante la opinión pública, ayudando a que muchas empresas en América Latina, que contaban con una amplia trayectoria brindando ayudas a la sociedad, comenzaran a tener conciencia de su rol en las economías.
- Los avances en la tecnología, particularmente la Internet, como herramienta de la comunicación e información, obligó a las empresas a ser más transparentes en sus actos.

En la actualidad las organizaciones han entendido que su factor de éxito no radica sólo en la productividad, sino en involucrarse con las preocupaciones de la comunidad y entendiendo su responsabilidad con el entorno. Como un distintivo competitivo se ha empezado a trabajar en la denominada “economía al desnudo” o “economía transparente” que se basa en cómo se gana, mientras resta importancia a lo que se gana. (Acción empresarial, 2003)

Los etapas mencionadas anteriormente dan cuenta de cómo la responsabilidad social, que inició sólo como obras de caridad, se ha convertido en una tendencia que involucra no sólo las utilidades, sino también el impacto que al producirlas se genera en la comunidad y en el medio ambiente.

Es la gerencia de sostenibilidad del Grupo Bancolombia, un gran ejemplo de la implementación de dicha evolución, ya que está configurada no sólo para mitigar el impacto ambiental de sus labores, sino también para asegurar una calidad de vida digna a los colaboradores de la organización en su lugar de trabajo y para retribuir a su entorno, por medio de la intervención en las problemáticas sociales de algunas comunidades.

Para entender por qué el nombre de la gerencia lleva la palabra sostenibilidad y no sustentabilidad o perdurabilidad, es importante conocer cada término y cuál es su aplicabilidad dentro de la organización.

#### **Aplicabilidad de los términos: Desarrollo sostenible, perdurable o sustentable:**

Actualmente es común escuchar a los altos mandos, tanto políticos como empresariales, hablar del desarrollo sostenible, sustentable o perdurable. Tres términos que durante los últimos años y como derivados o componentes del concepto: Responsabilidad Social, han sido utilizados para referirse al mismo conjunto de prácticas, que buscan racionar recursos y que aunque están interrelacionados, se refieren cada uno a temas independientes.

“Un desarrollo que responde a las necesidades de las generaciones del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras de cubrir las suyas” (Desarrollo sostenible 2006)

Es la definición que se da en la declaración de Río, para los términos: desarrollo sostenible y desarrollo perdurable. En este sentido podría entenderse que estos dos se refieren al mismo conjunto de prácticas y que pueden utilizarse aleatoriamente.

Para distinguir estos términos entre sí, autores como Rodolfo Rosas han decidido profundizar en el estudio del significado y aplicabilidad de cada uno, tal y cómo lo expone en el

artículo “Desarrollo sostenible, sustentable o perdurable” donde resalta claramente la mala utilización que se hace del término sostenibilidad, que en nuestro contexto hace referencia a una mala traducción de la palabra inglesa *sustainability* la cual en su estricto significado comprende netamente aspectos medioambientales.

“...el término desarrollo sostenible es una inapropiada traducción del inglés. Más correctamente debería llamarse desarrollo perdurable, ya que el desarrollo no se sostiene, perdura en el tiempo.

De esta manera se oficializa un enfoque en el que se compatibilicen los aspectos ambientales, con los económicos y los sociales, desde una perspectiva solidaria tanto intergeneracional como internacionalmente.

Por tanto, el concepto de desarrollo sustentable, sostenible o perdurable si bien procede de la preocupación por el medio ambiente, no es un concepto fundamentalmente ambiental, sino que trata de superar la visión del medio ambiente como un aspecto a parte de la actividad humana que hay que preservar.

El medio ambiente esta imbricado con la actividad humana y la mejor manera de protegerlo es tenerlo en cuenta, en todas las decisiones que se adopten y las acciones que lo impacten...” (Rosas, s.f.)

“La definición más habitual distingue tres dimensiones: natural, social y económica” (Montero-Serran, Bosque & Romero 2008)

Es por la relación entre los tres vectores mencionados anteriormente por los autores: económico, social y natural, que el concepto “sostenibilidad” ha sido identificado como el

terminó apropiado para la denominación de esta Gerencia que está conformada por tres líneas de trabajo: Gestión Ambiental, Gestión Social y Fundación Bancolombia. Es por esto que se hace importante, en este punto, definir de manera clara los conceptos que a lo largo de este trabajo se tratarán y entender que cuando se habla de desarrollo sostenible se ven involucrados también el desarrollo sustentable y el desarrollo perdurable.

Como es mencionado en el texto anterior las vertientes que conforman el desarrollo sostenible son numerosas, pero cada organización define las que le competen según su caso específico. Es por esto que a continuación se puntualizan las tres dimensiones distinguidas dentro de la sostenibilidad:

- a) **Dimensión social:** procura garantizar excelentes relaciones con su entorno y sus diferentes grupos de interés. Es por tal motivo que desde la Fundación Bancolombia se busca intervenir y apoyar la solución de diferentes problemáticas sociales, que incluyen grupos de niños en condición de vulnerabilidad, animales desamparados, ancianos y niños con enfermedades que requieren hospitalizaciones extendidas.

La manera en que los colaboradores del Grupo Bancolombia contribuyen con las problemáticas mencionadas anteriormente es a través de la donación de tiempo ya sea con clases de educación financiera y emprendimiento a niños y madres cabeza de hogar, visitas para el apoyo del mantenimiento a hogares de perros, nivelaciones escolares a niños y jóvenes con hospitalizaciones extendidas, recreación de ancianos y niños, pintura de escuelas, siembra de árboles, entre otros.

- b) **Dimensión ambiental:** se refiere al impacto medioambiental que causan los procesos productivos de las empresas, es decir buscar mitigar la huella de carbono, la cual es medible a través de las emisiones de gases que producen el efecto invernadero.

El Grupo Bancolombia no sólo trabaja en la disminución de su impacto en el medio ambiente a través de la creación y mantenimiento de zonas verdes protegidas y destinadas para la siembra de árboles o con la implementación del papel ecológico para todas las impresiones que a diario se realizan, sino que también busca que sus diferentes públicos trabajen con buenas prácticas ambientales. Como ejemplos puntuales podemos citar, en primer lugar, el trabajo que desarrolla con sus proveedores, a los que no sólo se le exigen ciertos estándares de calidad y manejo para los diferentes productos y servicios, sino que también les hace un acompañamiento para que dentro de todos sus procesos productivos y administrativos conserven prácticas respetuosas tanto con el medio ambiente, como el entorno social.

En segundo lugar están las Líneas de Crédito Ambientales, las cuales fueron diseñadas y están dirigidas a las empresas, de cualquier sector económico, que busquen hacer sus procesos más eficientes, generando cada vez menos impacto ambiental. Para verificar y asegurar estas condiciones, el Grupo Bancolombia ha dispuesto un grupo de profesionales que asistan y evalúen el proyecto que está solicitando el crédito, para que así pueda empezar a cumplir con la normatividad ambiental, en caso de que aún no lo haga, y acceder a todos los beneficios que esta línea de financiación ofrece.

- c) Dimensión económica: incluye las prácticas que contribuyan al mejoramiento de la economía, de la calidad de vida y de la investigación e innovación, al igual que productos y servicios de excelente calidad a precios accesibles.

Entonces, bajo la premisa de que el negocio debe ser viable y rentable para permitir la reinversión y el crecimiento, el Grupo Bancolombia trabaja en unos aspectos puntuales entre los cuales se incluye: Gobierno corporativo, gestión de riesgos, códigos de conducta y cumplimiento, gestión de relación con sus clientes, gestión de marca, cadena de abastecimiento,

políticas anticrimen y vinculación de grupos ambientales. Aspectos en los que el área de Gestión Social, de la Gerencia de Sostenibilidad, trabaja arduamente.

El trabajo por los indicadores de las tres dimensiones mencionadas anteriormente, le permitió la entidad bancaria entrar al Dow Jones Sustainability Indexes en el año 2012.

### **Dow Jones Sustainability Indexes:**

Este es un medidor de los estados financieros, sociales y ambientales de las empresas líderes en sostenibilidad alrededor del mundo. Esta variable de la Bolsa de Valores de Nueva York evalúa anualmente a 2.500 empresas alrededor del mundo; dicha evaluación se hace con base en análisis de la economía corporativa, la transformación medio ambiental y social, gestión de riesgo, marca, mitigación del cambio climático y cumplimiento de estándares y prácticas laborales.

La recopilación de información para esta evaluación anual, requiere métodos de recolección efectivos, que no sólo permitan dar cuenta de la prácticas, sino también hacerlas visibles ante los diferentes públicos.

### **La información ambiental**

José Jaramillo Alzate, fundador y expresidente del Círculo de Periodistas de Antioquia afirma: "...es necesario informar en profundidad a toda la población sobre los beneficios de un buen ambiente y sobre las desgracias que genera su destrucción. Allí es

donde cabe el papel de un buen manejo de la información ambiental... Es necesaria una mayor información sobre lo que significa para la vida del hombre y de las especies animal y vegetal...” (Jaramillo, 2011)

Es por esto que la comunicación y el periodismo como la disciplina social con mayor capacidad para manejar la información y lograr con ella un impacto importante en la sociedad, se ve entonces en la obligación de atender con prioridad las amenazas que, lastimosamente, el hombre está creando para sí mismo. Para lograrlo, debe entender que estamos atravesando por el momento más oportuno y que desaprovecharlo podría significar un error vital.

El actual surgimiento de la preocupación por el buen manejo de los recursos naturales, está dando vía libre a las acciones que el periodismo debe desarrollar, mediante una serie de etapas que deberá definir según las necesidades puntuales que identifique a lo largo del camino. Indudablemente este es un trabajo que le compete a toda la humanidad y por ende requiere una labor de sensibilización que ayude al hombre a prevenir las nefastas consecuencias que tendrá que afrontar en un futuro no muy lejano, sino modifica de forma radical sus conductas.

### **Periodismo preventivo**

“El análisis, la identificación de actores que busquen esas soluciones, y no el incremento de los problemas, la contextualización, el rigor y el contraste de fuentes son básicos para este tipo de periodismo que pretendemos potenciar”. (Bernabé, 2007)

Esta modalidad del periodismo busca potencializar la sensibilización de los diferentes públicos frente a todo tipo de crisis que pueda generar algún conflicto, para mitigar las acciones violentas que de estos se puedan desencadenar. Por esto se han identificado una serie de herramientas claves para su desarrollo:

- Recursos Humanos: deben ser sensibilizados previamente sobre el tema a tratar.
- Medios Existentes: se deben abarcar diferentes espacios en diversos medios de comunicación, para ofrecer información interesante a la anticipación del conflicto.
- Creación de nuevos medios: dedicados únicamente a la prevención de la crisis. La Internet es el soporte estratégico para esta herramienta.

Alineados con esta modalidad en la Gerencia de Sostenibilidad del Grupo Bancolombia se han definido tres (3) etapas para el tratamiento de temas ambientales y sociales que han recibido el nombre de “Oleadas”, dentro de las cuales se toca con mayor fuerza la sensibilización para la prevención:

- Oleada 1: sensibilización

En estrecha relación con el periodismo preventivo, durante los meses de abril, mayo y junio de 2013, se desarrollarán diferentes piezas periodísticas para el público interno de Grupo Bancario, que serán publicadas a través de la intranet y que exponen aspectos puntuales de la crisis de recursos naturales que se está afrontando en el presente, buscando con esto crear una conciencia ambiental, mientras se resaltan las buenas prácticas de los colaboradores. Algunas de estas piezas estarán dirigidas a promover, dentro de la organización fechas especiales como el Día de la Tierra, la Hora del Planeta y el Día sin Carro.

- Oleada 2: desarrollo

Esta etapa estará enfocada en los retos y logros ambientales al interior del Grupo Bancolombia, y durante los meses de julio y agosto se hablará de las buenas prácticas al interior de la organización y lo que hace falta para que la Organización sea realmente sostenible.

- Oleada 3: reconocimiento

En septiembre se hablará del Dow Jones Sustainability Indexes, se comunicarán los resultados de la evaluación anual y quienes fueron los responsables de los resultados, los cuales se esperan sean muy positivos. De igual manera se resaltaré la importancia de mantenerse en él.

- Oleada 4: refuerzo

Se replicará la campaña de sostenibilidad para los clientes y la comunidad en general, resaltando el impacto que ha tenido dentro de estos dos públicos. Este tema se desarrollará en conjunto con las áreas de Mercadeo, Manejo de Marca y la agencia encargada de las publicidades de la organización.

Lamentablemente no se conocen hasta el momento, referentes que involucren al periodismo que trata aspectos de índole social o económica en el desarrollo sostenible, pero a lo largo de la realización de las tareas comunicativas que requiere el día a día dentro de la Gerencia de Sostenibilidad del Grupo Bancolombia, se ha detectado que es más exitoso y tiene mayor impacto entre los grupos de interés, desarrollar los hechos noticiosos que desde estas áreas surgen, a través de piezas enfocadas en la experiencia, en el impacto positivo y en las buenas prácticas, construidas con un lenguaje más cercano, cálido e incluyente.

## **Metodología**

Como ya se ha mencionado anteriormente, el objetivo general de este proyecto es generar una estructura comunicacional que ayude a optimizar los flujos de comunicación dentro de la Gerencia de Sostenibilidad del Grupo Bancolombia, para que gracias al orden, se identifique el qué, cómo y a quién comunicar oportuna y puntualmente. Para lo que se han definido unas acciones que tendrán lugar dentro de las siguientes fases:

### **Fase exploratoria**

En esta primera fase del proyecto se realizarán entrevistas con cada uno de miembros de la Gerencia de Sostenibilidad, para definir cuáles son los temas que de su trabajo requieren ser comunicados durante el año, tanto al interior como al exterior de la organización.

Con la información recolectada se elaborará una parrilla de temas que se concebirá como el cronograma donde se indican los tiempos de trabajo mensualmente. Este cronograma se expondrá ante el consejo de comunicación del Grupo Bancolombia, que se realiza semanalmente.

De manera paralela a estas acciones, se realizará el mapeo de antecedentes y herramientas claves en el desarrollo de temas de sostenibilidad corporativa bajo la mirada periodística.

### **Fase de focalización**

Con los temas definidos para comunicar mes a mes, se procederá a identificar cuál es el tipo de pieza comunicativa que mejor se acomodará a las necesidades de cada tema. Se piensa trabajar con diferentes géneros: reportajes, info-gráficos, noticias, encuestas, productos audiovisuales y crónicas, que en su mayoría serán publicadas a través de la intranet.

Detectada también la necesidad de hacer más visible la Fundación Bancolombia dentro del mismo grupo bancario y de mostrar de manera explícita y detalla cuál es su forma de trabajo, se diseñarán y publicarán en la Intranet los micro sitios web de la Fundación Bancolombia y el voluntariado corporativo, tanto puntual como por proyectos, haciendo uso de las herramientas brindadas en el enfoque digital a lo largo de la carrera.

## Resultados

A partir del 9 de diciembre de 2012 se comenzó un proceso de acercamiento y adaptación a la vida laboral que permitió conocer y tener una mirada más amplia y realista, no sólo de cuál es la importancia del papel de un comunicador periodista dentro de una organización, sino también del impacto que desde su devenir cotidiano se puede generar.

Tener la oportunidad de hacer parte de la construcción del área de comunicaciones de la Gerencia de Sostenibilidad del Grupo Bancolombia y de poder trabajar con metodologías que emergen de la necesidad de tratar temas puntuales y especiales, de tal manera que toquen el corazón de las personas y creen en ellas conciencia sobre unas problemáticas, para algunos inexistentes, pero que están ahí como una amenaza mortal para el hombre, ha sido una experiencia enriquecedora que ha presentado dificultades, pero lo más importante es la posibilidad de aprender a superarlas a la vez que se propicia una formación, no sólo como estudiante, sino también como un profesional que empieza a labrar su camino en el mundo real.

Como todo proceso, este comienza a partir del conocimiento global del entorno. Tener reuniones con cada una de las áreas que componen la Gerencia de Sostenibilidad permitió entender cuál era su papel dentro de este Grupo Bancario, conocer cuáles eran sus objetivos, el fin de cada una de sus acciones, a quien se le querían comunicar y más importante aún, porque era importante que esos públicos lo conocieran. Después de obtener esta visión panorámica de la gerencia se hizo posible priorizar, definir tiempos y estrategias para cada uno de los temas, según sus necesidades lo requirieran, en un formato que se convirtió en la guía base para el desarrollo anual de las comunicaciones de la gerencia.

Fue así como se realizaron una serie de entrevistas con los coordinadores de las diferentes líneas, tanto de la Fundación Bancolombia, como con los de la Gerencia Ambiental. En dichas entrevistas se pudo identificar cuáles eran los temas que requerían apoyo comunicacional y en qué fecha lo requerían. Como resultado se produjo un cronograma de actividades por mes denominado “Parrilla de Temas”, el cual se presenta a continuación.

### Ilustración 1: Parrilla de temas con necesidades comunicaciones para el año

Mes	Fecha tentativa	Actividad	Responsable de la información
Enero	Por definir	Programa Extraedad	Marisol Vanegas
Febrero	7	Día sin Carro (Bogotá y Medellín)	Andrés Perilla / Catalina Correa
	16	Voluntariado Proyectos	Felipe Villegas
	26	Programa Propio Emprendimiento	Carolina Cardona
	por definir	Proyectos Primera Infancia	Marcela Arboleda
Marzo	22	Campaña del Agua/Día del Agua (Tips Ecoeficiencia)	Andrés Perilla / Catalina Correa
	23	Hora del Planeta (Tips Ecoeficiencia)	Andrés Perilla / Catalina Correa
	26	Día del Clima / Tips Ecoeficiencia	Andrés Perilla / Catalina Correa
Abril	de este mes en adelante	Voluntariado Puntual	Felipe Villegas
	22	Día sin Carro (Bogotá y Medellín)	Andrés Perilla / Catalina Correa
	22	Día de la Tierra /Tips Ecoeficiencia	Andrés Perilla / Catalina Correa
	29	papel ecológico	Sara Cuevas
	todo el mes	Líneas Ambientales	María del Mar Velez
	por definir	Proyectos Primera Infancia	Marcela Arboleda
	por definir	Reconocimiento al Programa Las Letras	Marisol Vanegas
Mayo	22	Día de la Biodiversidad / Tips Ecoeficiencia	Andrés Perilla / Catalina Correa
	Por definir	Manejo de requerimientos ambientales	Andrés Perilla / Catalina Correa
	Por definir	Programa Las Letras	Marisol Vanegas
Junio	5	Día del Medio Ambiente/Tips Ecoeficiencia	Andrés Perilla / Catalina Correa
	Por definir	Manejo de Residuos y Reciclaje	Andrés Perilla / Catalina Correa
	Por definir	Programa Escuela Nueva	Marisol Vanegas
	Por definir	Proyectos Primera Infancia	Marcela Arboleda
Julio	Por definir	Política Ambiental (Aras)	Diego Restrepo / Guiovanna Torres
Agosto	5	Voluntariado Especie/Tiempo	Luisa Angarita
	Por definir	Proyecto Chocó	Marisol Vanegas
Septiembre	Por definir	Programa Las Letras	Marisol Vanegas
Octubre	Por definir	Programa Las Letras	Marisol Vanegas
	Por definir	Programa Primera Infancia (Propio)	Marcela Arboleda
		Campaña de Navidad	Luisa Angarita
Noviembre	Por definir	estrategi comparte tu carro	Andrés Perilla / Catalina Correa
Diciembre	todo el mes	Campaña de Navidad	Luisa Angarita

Contando con la base en donde se encontraban mapeados los temas macro a tratar, se comenzaron a desarrollar las acciones comunicacionales puntuales para cada tema, buscando que todas fueran alineadas, no sólo a demostrar hechos y a crear conciencias, sino también a dar

a conocer la Gerencia de Sostenibilidad y cuál es el valor que le agrega al Grupo Bancario desde sus tres dimensiones: Social, ambiental y económica. Estas comunicaciones fueron en su mayoría mediáticas y se desarrollaron haciendo uso de los diferentes canales propiciados por el Banco: Intranet, revistas digitales y físicas, boletines electrónicos, etc. Pero no se dejó de lado el uso de la comunicación relacional, donde no sólo contábamos historias a partir de las personas, sino que también fuimos el medio para que los colaboradores tuvieran un contacto directo con las problemáticas existentes en las comunidades en las que la organización hace presencia. Esto se dio a través de actividades como los voluntariados con personas de la tercera edad, niños desamparados, animales en estado de calle, siembras de árboles, limpieza de ríos, entre otras.

Definidos los temas a comunicar, comenzó la etapa de desarrollo de actividades puntuales para cada tema, las cuales incluían investigación documental, consulta de fuentes y entrevistas con las mismas, trabajo de reportaría gráfica y elaboración de piezas comunicacionales.

Como se mencionó en el cuarto punto del presente documento, referido a la metodología de trabajo, la mayoría de estas actividades serían publicadas a través de la intranet del Grupo Bancolombia en todo el territorio colombiano.

Siendo coherentes con los tiempos u “oleadas” definidas anteriormente, se entra en una etapa de sensibilización, donde a través de diferentes piezas informativas, se exponen algunas problemáticas, tanto sociales como ambientales, en las cuales Bancolombia interviene brindando herramientas y apoyando la generación de posibles soluciones.

## Ilustración 2: Nota lanzamiento programa piloto de emprendimiento en el departamento de Risaralda

Noticias Corporativas

Noticias Corporativas > Páginas > empfto.aspx

Acciones del sitio

Home de la VP Identidad Corporativa  
Historico Noticias Corporativas

26/02/2013

**20 emprendedores se beneficiarán del Programa de Emprendimiento de la Fundación Bancolombia**

Pereira es la ciudad escogida por la Fundación Bancolombia para realizar allí la fase piloto de su Programa de Emprendimiento, que durante un año entregará a los beneficiarios formación, acompañamiento en proyecto de vida y apoyo a la comercialización. La meta es mejorar su calidad de vida como personas y como empresarios.

El 26 de febrero se realizará un evento de apertura en esta ciudad de la zona cafetera de Colombia, en el que se dará la bienvenida a los 20 emprendedores seleccionados para participar en el piloto, luego de haberse presentado a la convocatoria y de haber sustentado sus ideas de negocio. La fase piloto se hará con el acompañamiento de la Cámara de Comercio de Pereira.

Esta iniciativa le apunta a impulsar el emprendimiento por subsistencia, que es aquel que las personas acuden como su única alternativa para obtener el sustento diario.

*"En 2012 decidimos que este frente de atención se consolidaría para ofrecer acompañamiento a lo largo del proceso de creación, fortalecimiento y sostenibilidad de unidades de negocio y proyectos de emprendimiento, teniendo en cuenta algunos factores de éxito como: formación diferenciada, acompañamiento técnico, mecanismos de financiación y apoyo a la comercialización. Durante este año orientaremos nuestros esfuerzos en el emprendimiento por subsistencia, a través de un programa propio y alianzas estratégicas con entidades que sueñan y trabajan por una inclusión social para aliviar la pobreza y generar mejores condiciones de vida para todos",* precisó Catalina Echavarría Ramírez, directora ejecutiva de la Fundación Bancolombia.

Más adelante se espera replicar este proyecto en otras regiones del país. Otros aliados de este programa piloto son: Bancolombia Mi Negocio, Fundación Universitaria del área Andina, el Sena, la Alcaldía de Pereira y la Gobernación de Risaralda.

**Fundación Bancolombia: comprometida con el ciclo de vida del ser humano**

A través de la Fundación Bancolombia, nuestra organización materializa una parte de su sostenibilidad social. En ese sentido, la apuesta es llegarle a un mayor número de colombianos con programas integrales que generen capacidades y transformaciones de largo plazo, así como un impacto positivo en las comunidades donde hacemos presencia. Es por eso que desde nuestros programas y proyectos en las líneas de Atención Integral a la Primera Infancia, Educación y Emprendimiento, además del Voluntariado Corporativo, buscamos impulsar el acompañamiento del ciclo de vida de una persona, desde su primera infancia hasta que es autónomo y gestor de su propio desarrollo.

## Ilustración 3: Nota inauguración Centro de Desarrollo Infantil Moravia

Noticias Corporativas

Noticias Corporativas > Páginas > odimor.aspx

Acciones del sitio

Home de la VP Identidad Corporativa  
Historico Noticias Corporativas

01/03/2013

**300 niños y niñas de Medellín se beneficiarán del Centro de Desarrollo Infantil Moravia**

El 27 de febrero se realizó la Inauguración del Centro de Desarrollo Infantil Moravia en Medellín, construido en el marco de la alianza Primero lo Primero. Este es el primer centro que cuenta con una dotación inicial aportada en su totalidad por la Fundación Bancolombia. Con esto, 300 niños y niñas de 0 a 5 años y sus familias serán beneficiados.

Este es el primer centro que se inaugura como parte de esta alianza, y se tienen proyectados otros en Valle, Atlántico, Bolívar, Magdalena, Cundinamarca y Chocó.

*"La atención integral a la primera infancia es uno de nuestros ejes fundamentales y al ser conocedores de la experiencia, compromiso y trayectoria que tienen los miembros de Primero lo Primero, encontramos en esta alianza una oportunidad para impactar positivamente la calidad de la atención a los niños y niñas de sectores vulnerables del país, al tiempo que damos continuidad a la estrategia de 0 a Siempre de forma independiente a los tiempos de los gobiernos. Otros aliados de esta iniciativa son: Fundación Mario Santodomingo, Fundación Carulla, Fundación ALAS, Fundación Pies Descalzos y Alcaldía de Medellín",* expresó Catalina Echavarría Ramírez, directora ejecutiva de la Fundación Bancolombia.

Esta es sólo una de las alianzas con las que la Fundación Bancolombia está llegando a niños de Cauca, Magdalena, Nariño, Santander, Caquetá, Antioquia y Cundinamarca, entre otros departamentos. Durante 2013 se espera beneficiar alrededor de 32.000 niños y agentes educativos en todo el territorio nacional.

**Fundación Bancolombia: comprometida con el ciclo de vida del ser humano**


A través de la Fundación Bancolombia nuestra organización materializa una parte de su sostenibilidad social. En ese sentido, la apuesta es llegarle a un mayor número de colombianos con programas integrales que generen capacidades y transformaciones de largo plazo, así como un impacto positivo en las comunidades donde hacemos presencia.

Es por eso que desde nuestros programas y proyectos en las líneas de Atención Integral a la Primera Infancia, Educación y Emprendimiento, además del Voluntariado Corporativo, buscamos impulsar el acompañamiento del ciclo de vida de la persona, desde su primera infancia, hasta que es autónomo y gestor de su propio desarrollo.

## Ilustración 4: Nota informativa: inauguración aulas de aceleración del aprendizaje en Nariño

Home de la VP Identidad Corporativa

Histórico Noticias Corporativas



30/01/2013

**La Fundación Bancolombia refuerza su presencia en Nariño**

Con la convicción de que la educación es una de las mejores garantías para lograr inclusión y favorecer la equidad, la semana pasada se lanzó en Tumaco, Pasto e Ipiales el programa de aceleración del aprendizaje, una propuesta de la Fundación Bancolombia en alianza con Dividendo por Colombia.

Esta iniciativa se implementará en 33 aulas del departamento de Nariño y beneficiará alrededor de 800 niños y jóvenes entre los 10 y 15 años de edad. Se espera que después del periodo de formación y acompañamiento, que durará alrededor de dos años, los participantes de este programa logren, entre otras cosas, fortalecer su autoestima, vincularse definitivamente al sistema educativo y nivelar su grado de acuerdo con la edad, para que sigan avanzando académicamente y reduzcan los niveles de repitencia y deserción.

Si bien uno de los retos que propone este programa es la promoción exitosa al sexto grado de aproximadamente el 65% de los estudiantes, al finalizar el año lectivo, lo ideal es que cada estudiante avance por lo menos dos años con relación al último grado cursado y aprobado.

*“Consideramos el proyecto pertinente para esta región, ya que en Tumaco, por ejemplo, el 30% de los estudiantes matriculados en instituciones educativas se encuentran en condición de extra edad (atrasados en su grado escolar con respecto a su edad). Por eso para la Fundación Bancolombia, esta apuesta representa la oportunidad de reiterar nuestro compromiso con el mejoramiento de la calidad educativa en el país y el desarrollo de las comunidades con menos posibilidades económicas y sociales”,* precisó Marisol Vanegas Caro, Coordinadora de Proyectos de la Fundación Bancolombia.

**Estamos comprometidos con el ciclo de vida del ser humano**

Desde la Fundación Bancolombia le estamos poniendo el alma a generar un impacto positivo en la sociedad, a través del acompañamiento integral al ciclo de vida del ser humano. Es por eso que enfocamos nuestro trabajo en el desarrollo de proyectos de primera infancia, educación, emprendimiento y voluntariado corporativo.

Publica tus comentarios

La divulgación de información y la publicación de convocatorias a las diferentes actividades, requerían el uso de herramientas que redujeran la operatividad, aumentaran la agilidad en el proceso y que al mismo tiempo le dieran una cara en un medio interno de comunicación a las diferentes áreas de la Gerencia. Es por este motivo que se adelantó un arduo trabajo que se refería netamente a la creación de sitios y micro-sitios en Intranet, donde los colaboradores del Banco no sólo pudieran acceder de manera fácil a la información, conocer las acciones que se van adelantando mes a mes, sino también donde pudieran diligenciar sus formatos de inscripción cuando lo requieran.

Este es un proceso que requiere constante interacción con cada uno de los coordinadores de las líneas de trabajo de la Gerencia para conocer qué se puede comunicar y hasta qué punto es pertinente hacerlo, al igual que para identificar que por el momento de configuración y

estructuración de programas que atraviesan algunas de las líneas de la Fundación Bancolombia, no es aún el tiempo para crear un micro-sitio que contenga cierta información.

Siendo conscientes de que la sensibilización no se logra sólo a través de la presentación de un problema y sus futuros efectos, y apoyando la iniciativa de la Alcaldía de Medellín “El Día Sin Carro”, se hace una ardua labor de reportaría donde se identifican unos personajes claves dentro de la organización, que día a día y con pequeñas acciones hacen un gran aporte al mejoramiento de las problemáticas medioambientales que afrontamos en la actualidad. Dicha labor redunda en una nota que resalta las buenas prácticas de tres colaboradores del Banco; ellos han decidido llegar diariamente a su lugar de trabajo en medios alternativos de transporte y es por esto que los hemos llamado héroes.

### Ilustración 5: Nota periodística héroes por la conservación del planeta

**Héroes que hacen su aporte a la conservación del planeta**

**Zoom** Sara Penagos Rojas, estudiante en práctica de la Fundación Bancolombia, nos compartió a través de Zoom, la historia de tres héroes que hacen su aporte a la conservación del planeta. ¿Y tú, qué nos cuentas?

Hemos detectado dentro de nuestra organización un grupo de personas que de manera voluntaria ponen su grano de arena para prevenir la contaminación y el deterioro del medio ambiente. Ellos han tomado la decisión de incluir en sus rutinas diarias buenas prácticas y hábitos, que no sólo mejoran su calidad de vida y estado físico, sino que también nos permiten respirar un aire un poco más limpio.

Estas son las historias de algunos de ellos. Personas de carne y hueso, que sin súperpoderes, están cambiando el mundo con pequeños detalles:

**En bici para el trabajo**



Impulsado por el hecho de hacer deporte mientras se desplaza hacia su lugar de trabajo o casa, David Penagos Echeverri de la Gerencia Financiera de Mercado de Capitales, comenzó a usar su bicicleta como medio de transporte frecuente, el cual no sólo le generó beneficios personales como el ahorro de tiempo en sus diferentes desplazamientos, sino que también le ayuda a contribuir con el planeta, dado que por no utilizar carro particular, bus o taxi todos los días, él está reduciendo hasta en un 90% su huella de carbono.

**La bici eléctrica también cuenta**



No sólo es la utilización de las bicicletas tradicionales la que aporta a este gran cambio de chip, las innovadoras bicicletas eléctricas cada vez están teniendo una presencia más fuerte entre los medios de transporte alternativos. Margorie Restrepo, de la Gerencia de Auditoría de Empresas y Gobierno, nos cuenta: “Venir al trabajo en esta bicicleta es una excelente alternativa de movilidad. Me ayuda a ahorrar, a cuidar mi salud y a sentirme mejor con el

Resaltar los logros obtenidos, gracias a las buenas prácticas sociales y ambientales, es otra forma de crear consciencia dentro de los colaboradores del Banco, sobre la importancia de

cuidar tanto nuestros recursos como de mantener buenas relaciones con nuestros compañeros y grupos de interés.

## Ilustración 6: Nota periodística ¿qué es Dow Jones Sustainability Indexes?

[Home de la VP Identidad Corporativa](#)  
[Historico Noticias Corporativas](#)

27/02/2013

**MEMBER OF**  
**Dow Jones Sustainability Indexes**  
 In Collaboration with RobecoSAM

**Bancolombia en el Índice de Sostenibilidad de Mercados Emergentes del Dow Jones**

Las firmas RobecoSAM, especialista en inversiones sostenibles, y S&P Dow Jones, el más grande proveedor de índices financieros de mercados, anunciaron el lanzamiento de su más reciente índice: el Índice de Sostenibilidad de Mercados Emergentes (DJSI Emerging Markets), que captura el desempeño sostenible de las principales empresas ubicadas en 12 países de economías de mercados emergentes.

**Bancolombia**, al igual que otras compañías como Nutresa, Almacenes Éxito y Ecopetrol hace parte de este índice. [Ingresa aquí para conocer la lista completa de compañías que conforman este índice.](#)

El DJSI Emerging Markets ofrece a los inversionistas una herramienta que mide la gestión de 69 compañías seleccionadas de un universo de 800 que RobecoSAM ha reconocido como líderes en temas relacionados con la Sostenibilidad Corporativa, al tiempo que hace visibles las mejores prácticas en esta materia.

Este índice es construido a partir de la evaluación anual que realiza RobecoSAM con el propósito de analizar el desempeño sostenible de diferentes compañías a nivel mundial. Para su elaboración toma como referencia diversos criterios económicos, ambientales y sociales. En este sentido, la selección de las compañías que entran a conformar el índice se efectúa con los mismos parámetros que se consideran para los demás índices, incluido el DJSI Global (DJSI World Index), al que Bancolombia entró en septiembre de 2012.

El incremento creciente del número de compañías de mercados emergentes que participan en la evaluación anual de sostenibilidad demuestra que negocios en todo el mundo adoptan cada vez más prácticas sostenibles y las consideran como un factor importante en la consolidación de su posición competitiva en el futuro.

Además, los inversionistas internacionales han venido demandando este tipo de herramientas que además de suministrar referenciación y comparaciones estratégicas en tendencias sostenibles dan cuenta del comportamiento y avance de la agenda de sostenibilidad en compañías localizadas en economías emergentes.

**Enlaces Relacionados:**  
[Generando valor desde los valores: nuestra estrategia de sostenibilidad](#)  
[La Sostenibilidad nace desde lo simple](#)  
["Todos aportamos a la Sostenibilidad" Mauricio Rosillo](#)

Las líneas de crédito ambiental fueron creadas para impulsar entre las empresas, la renovación de tecnologías, métodos y maquinaria de producción, con el fin de mitigar el impacto ambiental de cada una. Para promocionarlas se redactaron notas donde se resaltan los atributos de estas líneas. Dichas notas circularon durante el mes de abril por el boletín de la fuerza comercial de la organización.

## Ilustración 7: Nota atributos de líneas de crédito ambientales #1

- Home BEG
- Información de la BEG
  - Estructura
  - ¿Quiénes somos?
  - Portafolio de Servicios
- Anuncios y Novedades
- Noticias Corporativas
  - Ver Histórico de Noticias Corporativas
  - Anuncios
- Cartelera BEG
- Banca Empresas y Gobierno
  - Dirección de Segmentos
  - Dirección de Financiación y ME
  - Banca Ideas y Negocios
  - Sitio de Redescuento
  - Dirección de Cash Management
  - Gerencia de Mercadeo
- Leasing
- Factoring

### Tres razones para recomendar las Líneas de Crédito Ambientales

En pro del desarrollo sostenible del país, Bancolombia ha diseñado las Líneas de Crédito Ambientales, una opción de financiación para proyectos que hagan más eficientes y limpias las operaciones de nuestros clientes corporativos, empresariales y pyme grande (AA y AAA).

A continuación, te presentamos tres de sus beneficios que te motivarán a recomendar estos productos líneas de crédito:

1. Cuentan con tasas de interés preferenciales frente a una cartera ordinaria y con garantías de hasta el 50% sobre el valor del desembolso, transparente para el cliente y respaldada por el BID y el IFC.
2. Nuestros clientes gozan de la exención del IVA en la compra de maquinaria y de la deducción de hasta el 120% del impuesto de renta sobre el valor de la inversión (sujeto a validación del Ministerio del Medio Ambiente).
3. La Gerencia Ambiental te acompaña en el proceso de validación ante el Ministerio y en el de identificar los proyectos que apliquen a esta opción de financiación: proyectos que reduzcan el consumo de energía a través de la adquisición o cambio de equipos industriales, que generen electricidad o calor desde fuentes de energía naturales, rápidamente renovables e inagotables y proyectos que reduzcan los residuos y emisiones de gases en los procesos industriales.

Para ampliar esta información, ingresa al sitio de [Negocios Sostenibles](#), de la Gerencia de Gestión Ambiental, o contacta directamente a María del Mar Vélez Mejía ([marvelez@bancolombia.com.co](mailto:marvelez@bancolombia.com.co))

Notas relacionadas

- Tasas preferenciales para que tus clientes sean sostenibles
- Los beneficios de las Líneas Ambientales se hacen realidad en las empresas
- Cuéntales a los clientes sobre nuestra Línea de Sostenibilidad Ambiental

## Ilustración 8: Nota atributos de líneas de crédito ambientales #2

Noticias Corporativas

Vicepresidencia Empresas y Gobierno > Noticias Corporativas > Páginas > los-beneficios-de-las-lineas-ambientales-se-hacen-realidaden.aspx

- Home BEG
- Información de la BEG
  - Estructura
  - ¿Quiénes somos?
  - Portafolio de Servicios
- Anuncios y Novedades
- Noticias Corporativas
  - Ver Histórico de Noticias Corporativas
  - Anuncios
- Cartelera BEG
- Banca Empresas y Gobierno
  - Dirección de Segmentos
  - Dirección de Financiación y ME
  - Banca Ideas y Negocios
  - Sitio de Redescuento
  - Dirección de Cash Management
  - Gerencia de Mercadeo
- Leasing
- Factoring

### Los beneficios de las líneas ambientales se hacen realidad en las empresas

Tus clientes pueden acceder desde ya a los nuevos créditos de líneas ambientales y empezar a disfrutar de todos sus beneficios: garantías, tasas de interés preferenciales frente a una cartera ordinaria y, dependiendo del caso, exención del IVA en la compra de maquinaria. Además, podrán obtener deducción de hasta el 120% del impuesto de renta sobre el monto de la inversión.

Uno de los casos de éxito de la aplicación de estos créditos es el de Flores Silvestres, una empresa que cuenta con 23 años de experiencia en la producción y comercialización de flores. Para esta empresa la implementación de nuevas tecnologías de producción ha significado minimizar los porcentajes de desperdicios, pues, como lo dice Julián Torres, director de calidad de Flores Silvestres, “anteriormente el porcentaje de eficiencia era del 60%, lo que nos generaba inquietud porque había una pérdida importante en agua, fertilizantes y producción, mientras que ahora, con la implementación de nuevos y mejores sistemas de riego, pasamos a un nivel de eficiencia de aproximadamente el 95%, lo que se traduce en un mejor desarrollo, ya que podemos proporcionar los nutrientes que la planta necesita, cuando lo necesita”.

La inversión que Flores Silvestres realizó gracias a la Línea Ambiental le permitió tecnificar y mejorar procesos, lo que a la vez los ayuda a reducir costos de mano de obra y materiales, por la reducción de sus desperdicios, mientras que garantizan un mejor producto final. Por su parte, María Victoria Gómez, gerente financiera de la compañía, recomienda esta línea de crédito por la facilidad de acceso, por el apoyo y orientación constante de la gerencia ambiental y por los beneficios que a través de ella pudo obtener. ¡Recomiéndala tú también!

Para conocer la historia completa del proceso de Flores Silvestres ingresa al sitio en intranet de [Negocios Sostenibles](#), de la Gerencia de Gestión Ambiental. Para más información sobre estas líneas contacta a María del Mar Vélez Mejía. ([marvelez@bancolombia.com.co](mailto:marvelez@bancolombia.com.co)).

## Ilustración 9: Nota atributos de líneas de crédito ambientales #3

Noticias Corporativas

Vicepresidencia Empresas y Gobierno > Noticias Corporativas > Páginas > tasas-preferenciales-para-que-tus-clientes-sean-sostenibles.aspx

**Home BEG**

**Información de la BEG**

- ↳ Estructura
- ↳ ¿Quiénes somos?
- ↳ Portafolio de Servicios

**Anuncios y Novedades**

**Noticias Corporativas**

- ↳ Ver Historio de Noticias Corporativas
- ↳ Anuncios

**Cartelera BEG**

**Bancos Empresas y Gobierno**

- ↳ Dirección de Segmentos
- ↳ Dirección de Financiación y ME
- ↳ Banca Ideas y Negocios
- ↳ Sitio de Redescuento
- ↳ Dirección de Cash Management
- ↳ Gerencia de Mercado

**Leasing**

**Factoring**

### Tasas preferenciales para que tus clientes sean sostenibles

*¿Sabías que en Bancolombia brindamos atractivas opciones de financiación a nuestros clientes para hacer más eficientes y limpias sus actividades?*

Nuestra labor es ayudarte a detectar aquellos proyectos que generan una menor afectación al medio ambiente y la comunidad.

A través de un sencillo proceso tus clientes corporativos, empresariales y PYME grande AA y AAA, pueden acceder a nuestras líneas de crédito ambiental que cuentan con tasas de interés preferenciales frente a una cartera ordinaria y con una garantía hasta del 50% sobre el valor del desembolso, transparente para el cliente y respaldada por el BID y el IFC.

Al acceder a estas líneas de créditos los empresarios podrán empezar a cumplir con la normatividad ambiental, en caso de que todavía no lo hagan. De igual manera podrán mejorar los niveles de producción y disminuir sus desperdicios a través de la renovación de equipos, la implementación de nuevas tecnologías, la renovación de fuentes de energía y la optimización de procesos. Todo esto les ayudará a convertirse en compañías sostenibles ya que a corto plazo aumentarán la rentabilidad económica, no afectarán de forma negativa las comunidades y generarán un beneficio medioambiental al trabajar con procesos que disminuyan sus emisiones de gases que provocan el efecto Invernadero.

Para tramitar esta línea de crédito sólo debes:

1. Llamar a la gerencia ambiental para verificar si el proyecto aplica.
2. Una vez realizada la verificación se diligenciará un sencillo formato. Para esto contarás con el apoyo de los analistas de la gerencia ambiental.
3. los demás trámites son iguales a una cartera ordinaria.

Para ampliar esta información, ingresa al sitio en intranet de **Negocios Sostenibles** de la Gerencia de Gestión Ambiental, o contacta directamente a [María del Mar Vélez Mejía](#).

Publica tus comentarios

## Ilustración 10: Publicación en boletín electrónico

Conoce las noticias publicadas en Infórmate el 8 de mayo de 2013 - Mensaje (HTML)

Mensaje

Responder Reenviar a todos IM - Eliminar Mover a una carpeta - Crear regla - Otras acciones - Bloquear remitente Correo que desea recibir - Clasificar Seguimiento Marcar como no leído - Buscar Relacionado - Seleccionar - Buscar

Mensaje reenviado el 09/05/2013 09:36 a.m.

De: Comunicaciones Corporativas Enviado el: Jueves 09/05/2013 09:36 a.m.

Para:

CC:

Asunto: Conoce las noticias publicadas en Infórmate el 8 de mayo de 2013

Mhhhhmmmm... Haz un poco de memoria.

Mmmhh.. Tal vez no todos recordemos que para ese año las consultas en la no muy antigua Internet se hacían a través de Yahoo y Altavista. No sé si había otras opciones, pero lo que sí es un hecho es que para 1997 nadie sabía de la existencia de Google. [Ver más>>](#)

### Publicaciones

**Personas y Pymes**

- Con el Plan de Apoyo a Norte de Santander, les damos la mano a los habitantes de la zona de frontera
- Abrimos la primera sucursal Bancolombia en el típico municipio llanero de Cumaral, Meta

**Proyección Institucional**

- Disfruta con un acompañante de "El Titán", la Sinfonía No.1 de Gustav Mahler

**Identidad Corporativa**

- Bogotá, Bucaramanga, Pereira, Ipiales e Ibagué tendrán voluntariados en mayo

**Servicios Corporativos**

- Barranquilla, Bucaramanga, Cali y Cartagena ya cuentan con líneas locales para comunicarse con Mateo

### Ilustración 11: Home en intranet para el Voluntariado Corporativo

**Voluntariado**

Encuestas

Voluntariado por Proyectos

Voluntariado Puntual

Educaación

Atención Integral a la Primera Infancia

Emprendimiento

**VOLUNTARIADO**

Comprometidos con la comunidad

Nuestro compromiso con la comunidad implica una participación activa de nuestros colaboradores en la construcción de tejido social. Gracias a esta premisa se origina el Programa de Voluntariado Corporativo, como una iniciativa que nos permite poner en práctica los valores corporativos de calidez, cercanía, inclusión y respeto. Así materializamos nuestra declaración de convertimos en una Banca más Humana y Sostenible. En sus modalidades Puntual y por Proyectos, los empleados y sus familias, así como otros grupos de interés entre los que se encuentran proveedores y jubilados, tienen la posibilidad de vincularse activamente en diferentes actividades que atienden problemáticas relativas a la primera infancia, la niñez, la educación y la generación de ingresos, entre otros.

En 2012 la participación de los voluntarios arrojó cifras contundentes, las cuales presentamos a continuación:

14.310 personas beneficiadas	Voluntariado puntual 954 voluntarios	<b>Voluntariado corporativo 1.652 voluntarios</b>	Voluntariado proyectos 658 voluntarios	9.870 personas beneficiadas
------------------------------	--------------------------------------	---	--	-----------------------------

22.470 Horas aportadas

### Ilustración 12: Página en intranet Voluntariados Puntuales

**Voluntariado PUNTUAL**

¡No dejes pasar los Puntuales de Mayo!

¡RECUERDA!

- Llevar agua
- Ropa muy cómoda
- Puedes llevar máximo 2 acompañantes mayores de 8 años
- Nosotros te llevamos al lugar de la actividad
- Las inscripciones se cierran 4 días antes del evento
- Recibirás un correo de confirmación días antes de el evento

Ciudad	Fecha	Actividad	Lugar	Horario	Mínimo
Bogotá	Sábado 25 de mayo	Jornada de pintura	Institución Educativa Compartir el Recuerdo	8:00 a.m. - 2:00 p.m.	100 voluntarios
Ibagué	Sábado 25 de mayo	Jornada de recreación con 25 abuelos	Fundación Cantares del Atardecer	9:00 a.m. - 1:00 p.m.	30 voluntarios
B/manga	Sábado 18 de mayo	Jornada de mantenimiento a instalaciones	Fundación Volver a sonreír	9:00 a.m. - 1:00 p.m.	50 voluntarios
Pereira	Sábado 25 de mayo	Jornada ambiental en el Municipio de Dosquebradas	Municipio de Dosquebradas	9:00 a.m. - 1:00 p.m.	60 voluntarios
Ipiales	Sábado 25 de mayo	Jornada de pintura	Escuela el Charco	8:00 a.m. - 1:00 p.m.	30 voluntarios

Inscríbete aquí

## Conclusiones

Después de la realización de este proyecto de grado se llegó a las siguientes conclusiones:

El proceso de construcción del mapa de temas a trabajar en el año permitió identificar que la interdisciplinariedad de la comunicación y el periodismo es el valor agregado de la profesión que al momento de interactuar con profesionales de otras áreas posibilita crear una conexión efectiva, que facilite traducir los resultados de las labores de ingenieros, administradores, contadores, abogados, entre otros, en hechos noticiosos del interés de una organización entera.

En la tarea de informar los temas que requerían un apoyo comunicacional, se pudo confirmar que el papel de un comunicador al interior de una organización bancaria no se limita a la realización de piezas de comunicación tradicionales. En sus manos está renovar el conocimiento teórico adquirido en la academia y llevarlo a la práctica de una manera tan acertada y por los medios adecuados, que generen el impacto requerido en sus grupos de interés.

La realización de este proyecto de grado facilitó llevar a la práctica los componentes estratégicos, tácticos y operativos desarrollados en el transcurso de mi carrera universitaria, combinándolos a su vez, con los conocimientos adquiridos a través de una investigación sobre nuevas metodologías que permitan una comunicación efectiva de los temas correspondientes a la sostenibilidad. A través de esta investigación se logró profundizar en temas como el periodismo sostenible y el periodismo como herramienta preventiva ante las crisis.

En el proceso de aplicar los conceptos innovadores de periodismo sostenible y ecológico, se resaltó la importancia de la comunicación digital como medio difusor de información con un impacto ambiental mínimo. Una reducción a gran escala del impacto ambiental generado por los medios de comunicación, requieren en primera instancia, de una creación de cultura entre las diferentes comunidades, para que éstas logren migrar de los medios físicos, hacia los digitales.

Trabajando en este aspecto se adelantó la creación de los micro-sitios de las diferentes áreas de la gerencia, tanto en la Intranet como en la Extranet del Grupo Bancolombia.

## **Recomendaciones**

Para que el este proyecto de grado perdure en el tiempo y tenga un impacto de valor, se hacen las siguientes recomendaciones:

Contar con una persona que apoye las temas comunicacionales propios de la Fundación Bancolombia correspondientes al día a día, ya que en la actualidad existe un comunicador para la totalidad de temas de la Gerencia de Sostenibilidad, tanto los estratégicos como los tácticos, lo cual representa una carga operativa pesada y que a largo plazo se puede tornar como entorpecedor del proceso.

Respetar y conservar los lineamientos de trabajo planteados durante este proceso de configuración del área de comunicaciones de la Gerencia, ya que fue configurada a partir de un arduo proceso de conocimiento de temas y de definición de tiempos propios para cada uno.

Profundizar en la teoría del periodismo sostenible, y haciendo uso de ella, lograr que los colaboradores del Grupo Bancolombia en general, conozcan el concepto de sostenibilidad, dimensionen sus tres aristas: social, económica y ambiental; mientras comprenden de qué forma el Grupo Bancario está interviniendo en las problemática de las comunidades donde hace presencia.

Hacer más visible, de cara a los clientes, las prácticas socialmente responsables en las que Bancolombia invierte a través de su Fundación. Centrándose en las personas, en la experiencia y en el impacto, lo que a largo plazo podría verse reflejado en la reputación y posicionamiento de marca de la organización.

## Referencias

Acción empresarial (2003). *El ABC de la Responsabilidad Empresarial en Chile y el Mundo*. Santiago de Chile: Acción empresarial.

Bernabé Fraguas Javier. (2007). Periodismo Preventivo: Otra Manera de Informar Sobre las Crisis y los Conflictos Internacionales. Recuperado, de [http://books.google.com.co/books?id=EuEQOSFZGa4C&pg=PA236&dq=periodismo+sostenible&hl=es&sa=X&ei=hhdwUfiADiJc9gTPtYDgBQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=periodismo%20sostenible&f=false](http://books.google.com.co/books?id=EuEQOSFZGa4C&pg=PA236&dq=periodismo+sostenible&hl=es&sa=X&ei=hhdwUfiADiJc9gTPtYDgBQ&redir_esc=y#v=onepage&q=periodismo%20sostenible&f=false)

CECODES (2013) Guía taller para periodistas RSE/sostenibilidad. *Memorias curso presencial*. (Presentación de Power Point) Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible, Medellín, Antioquia.

Jaramillo Alzate, José. (2011). *Periodismo científico*. Medellín: Imprenta Departamental de Antioquia.

Montero-Serrano, Javier; Bosque, Joanquin; Romero Calcerrada, Raúl. (2008) *Cuantificación y Cartografía de la Sostenibilidad Social a Partir de Tipologías Urbanísticas*. Recuperado, de [http://age.ieg.csic.es/metodos/gran canaria08/ponencia 1/Montero%20Serrano%20et%20al.pdf](http://age.ieg.csic.es/metodos/gran%20canaria08/ponencia%201/Montero%20Serrano%20et%20al.pdf)

Rodolfo Rosas. *Desarrollo Sostenible, Sustentable o Perdurable*. Recuperado el 9 de Abril de 2013, de [ciid.politicas.unam.mx/semprospectiva/dinamicas/r\\_estudiosfuturo2/revista/numero9/FlashMemoria/01desarrollo.swf](http://ciid.politicas.unam.mx/semprospectiva/dinamicas/r_estudiosfuturo2/revista/numero9/FlashMemoria/01desarrollo.swf)

Desarrollo Sostenible. (2006). *Informe Brundland*. Recuperado, de <http://desarrollosostenible.wordpress.com/2006/09/27/informe-brundtland>