

¿Cómo la Caja de Compensación Familiar de Antioquia, Comfama, hace visible a la comunidad, su gestión de RSE a través del medio impreso El Informador Comfama?

Claudia Patricia Montoya López
Jorge Antonio Castrillón Martínez

Universidad Católica Luis Amigó.
Especialización en Gestión de la Responsabilidad Social Empresarial
Seminario Trabajo de Grado II

Dedicatoria

ESTA PÁGINA ES OPCIONAL.

Dedicamos esta plantilla a los usuarios de nuestros sitios: normasapa.com, para un buen desarrollo es sus trabajos académicos. Recuerda que es una plantilla general y adaptable a todo tipo de trabajos académicos.

Agradecimientos

iii

Gracias por su preferencia de normasapa.com, no olviden recomendarnos con sus colegas y compañeros. ESTA PAGINA ES OPCIONAL.

El abstract o resumen debe contar desde 150 a 250 palabras o menos. Funciona como una síntesis breve del contenido del trabajo. Un resumen correctamente escrito puede ser el párrafo más importante del documento. Recuerda que generalmente es lo primero a lo que el lector acude para saber de qué se trata el texto. Se escribirá en un solo párrafo y sin sangría. Este es un documento de Word de ejemplo que puede ser usado como plantilla para dar formato a su tesis o disertación.

Tabla de Contenidos

v

Capítulo 1 Introducción e información general	1
Título 2.....	3
Título 2.....	3
Título 3.....	4
Título 3.....	¡Error! Marcador no definido.
Capítulo 2 Figuras y tablas	4
Título 2.....	27
Título 3.....	27
Título 3.....	27
Capítulo 4 Resultados y discussion.....	30
List of References	31
Apéndice	32
Vita.....	33

Lista de tablas

vi

Tabla 1. El título debe ser breve y descriptivo.....	28
--	----

Figura 1. Aquí deberá colocarse una explicación descriptiva de la figura como para darle título, será una frase breve pero descriptiva. 29

(Si miras al pie de la imagen, se encuentra la misma inscripción; cuando insertas el título de la figura, al mismo tiempo se va generando la lista de figuras con el número de página donde se encuentra)

Capítulo 1

Introducción

La era digital ha traído consigo propuestas de cambio en diferentes panoramas, entre ellos los medios de comunicación impreso. Es común ver como estos medios comienzan a reinventarse para mantenerse vigentes en sus contextos, tomando en consideración sus buenas prácticas y cambiando sus contenidos y expresiones sociales con el fin de mantenerse a la vanguardia frente a los cambios locales y globales. Aunque hoy en día la mayoría de las cosas estén sistematizadas y la comunicación tienda a darse a través de medios magnéticos o virtuales, se puede observar que los medios impresos aún son un recurso que sirve para comunicar una noticia, una idea, una experiencia o una historia que genere reflexión que llegue de forma masiva, pues la comunicación en un medio impreso mantiene permanencia y es más duradera, dado que sus publicaciones pueden servir de fuente de consulta para ser analizadas, citadas o comparadas. Por otro lado, independiente de los cambios digitales y globales, los medios de comunicación impreso deben poner mayor atención en la observación y la valoración de sus contenidos de difusión, dado que la importancia de la Responsabilidad Social Empresarial en los medios impresos debe estar relacionada con lo que se quiere informar y el interés o impacto que pueda ocasionar al público para quien se direcciona, siendo coherente a sus principios y acorde a la opinión emitida. Es importante comprender que esto forma parte de las políticas y decisiones que una organización debe definir, sin embargo, la RSE debe estar compuesta de iniciativas, como de buenas relaciones con la sociedad en general, principalmente con sus más cercanos, con sus stakeholders.

En esta monografía se pretende abordar el medio impreso, El Informador Comfama, en sus ediciones del año 2016 y 2017, igualmente se analiza los informes de sostenibilidad de los mismos años, en una búsqueda reflexiva que permita identificar cómo la Caja de Compensación Familiar de Antioquia, Comfama, hace visible a la comunidad, su gestión de RSE, esto para darle cumplimiento a su rol de ser Socialmente Responsable por ser una organización de compensación familiar.

Desarrollo conceptual y metodológico del proyecto

¿Cómo la Caja de Compensación Familiar de Antioquia, Comfama, hace visible a la comunidad, su gestión de RSE a través del medio impreso El Informador Comfama?

1. Idea de investigación y modalidad de trabajo

1.1 Descripción de la idea

La importancia de la responsabilidad social empresarial (a partir de este momento RSE), en las Cajas de Compensación Familiar (desde ahora CCF), es un ejercicio que va más allá de las cifras y de la redistribución del ingreso económico de la fuerza laboral entre todos sus afiliados, es un ejercicio de transparencia y confianza el cual brinda evidencias de las acciones que realizan las CCF en su interior para beneficiar positivamente a sus diferentes grupos de interés. Y son los informes, los que dan cuenta de estas prácticas o ejercicios de RSE desde la mirada de la misión (Objetivos de las CCF y población objeto), acción (alineación del objetivo y acciones de las CCF; fortalezas y puntos a reforzar en los servicios prestados por las CCF) y visión (perspectivas y expectativas; enfoque de servicios) del sistema del subsidio familiar y su asignación. (Asocajas, 2013); sin embargo, hay escasas investigativa en esta línea, y más poca aún sobre la importancia de la RSE en los medios de comunicación impreso, donde se mide el impacto que pueden tener sus contenidos en el público de interés y lo que la organización quiere o desea comunicar a sus afiliados, empresas y comunidad en general en las regiones de influencia. Es por esto, que se quiere medir el impacto de la RSE en la información que se ofrece abiertamente en los portadores de texto de la Caja de Compensación Familiar de Antioquia, Comfama y de cómo los afiliados (empleadores y

trabajadores) leen la opinión emitida en este medio e interpretan la gestión integral de la RSE de la empresa.

1.1.1. Que es una caja de compensación familiar

Las Cajas de Compensación Familiar, en Colombia, son entidades privadas, sin ánimo de lucro, de redistribución económica y naturaleza solidaria, el objetivo de su creación es mejorar la calidad de vida de las familias de los trabajadores. Entre sus funciones están brindar beneficios en Distribución de subsidios, Salud, Educación, Recreación, Cultura, Turismo, Deporte, Vivienda, Crédito. (Wikipedia, 2017)

El origen de las CCF se remonta a 1954, cuando un grupo de empresarios antioqueños preocupados por el alto costo de la canasta familiar y, sobre todo por el deterioro del ingreso familiar en los casos de familias con muchos hijos, decidió compensar a sus trabajadores, otorgándoles un subsidio monetario por hijo. Desde este momento se estableció que el aporte de las empresas para este fin sería equivalente al 4% de la nómina. Posteriormente, ese mismo año, con base en esta idea, en la Asamblea de la Andi se propuso la creación de las Cajas de Compensación Familiar para que se hicieran cargo de la administración del subsidio a los trabajadores, el cual en su primera etapa fue voluntario. El 24 de mayo de ese mismo año se creó Comfama, la Caja de Compensación de Antioquia, con la participación de 45 compañías. (Dinero, 2006)

Hace 60 años las Cajas de Compensación Familiar fueron creadas por los empresarios colombianos en beneficio de los trabajadores de menores ingresos y sus familias. El objetivo: cerrar brechas sociales en un país marcado por la desigualdad, a

través de un mecanismo que garantiza la distribución de la riqueza a gran escala y el retorno al sector empresarial en términos de productividad y consumo. (Arango, 2018)

Hoy en día en Colombia hay más de 40 Cajas de compensación familiar, sin embargo, no cubre la totalidad del territorio colombiano, sino que se abarca ciudades principales con algunas sedes descentralizadas en regiones influyentes de cada departamento las cajas de compensación familiar son autónomas, pero son vigiladas por el Estado colombiano.

1.1.2 Qué es un medio impreso y qué es El Informador de Comfama:

Los medios impresos muestran la mayor diversidad de todos, en términos de propiedad y contenidos. Comprenden desde diarios hasta revistas semanales, desde periódicos noticiosos hasta publicaciones para intereses especiales. (Aceproject, s.f.)

El Informador Comfama es un medio de comunicación que propicia en las personas la autogestión y la búsqueda de su progreso, el cumplimiento de sus propósitos y el fortalecimiento de relaciones positivas para construir su felicidad.

Es incluyente. Promueve la solidaridad. Narra la realidad, se preocupa por conocer la historia detrás de las personas, lo que hacen y lo que necesitan; visibiliza transformaciones de vida, le cree al poder del ejemplo, educa y empodera mediante contenidos útiles.

Experimenta con diversas formas y géneros periodísticos para contar historias que se adaptan a las nuevas tendencias de la comunicación, busca complementar y trascender el papel impreso para enriquecer la experiencia de las personas.

Propone espacios para la participación activa, escucha, lee, analiza y siempre respeta las diferentes opiniones.

En sus páginas no le da espacio alguno al partidismo, al racismo, a la homofobia ni a la discriminación.

En el periódico El Informador Comfama se publica la oferta de servicios para afiliados y no afiliados. Se distribuye de manera gratuita en las empresas afiliadas, en las sedes de Comfama y en diferentes espacios públicos del Valle de Aburrá.

Tiene un tiraje de 300.000 ejemplares, cifra que lo convierte en uno de los periódicos gratuitos de mayor circulación en Colombia. Se imprime una vez al mes y su primera edición fue en junio de 1981. (Comfama, 2018)

1.1.3 Leyes que hacen referencia al actuar de las cajas de Compensación

Familiar

Ley 181 de 1995 (Ley del deporte) - Fomentar la creación de espacios que faciliten la actividad física, el deporte y la recreación como hábito de salud y mejoramiento de la calidad de vida y el bienestar social, especialmente en los sectores sociales más necesitados.

Ley 115 de 1994, (Ley general de Educación), artículo 36 (Definición de educación no formal).

Ley 715 de 2001 (Por la cual se dictan otras disposiciones para organizar la prestación de servicios de educación).

Decreto 1902 de 1994 (Por el cual se reglamentan los artículos 39 y 190)

Ley 21 de 1982 (Por la cual se modifica el régimen del Subsidio familiar y se dictan otras disposiciones).

Decreto 1072 de 2015 Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo, para lo cual Comfama ha definido en sus procedimientos internos.

1.2. Antecedentes de la idea

Se indago en el blog de la empresa Siglo Data MMI (empresa encargada en ofrecer servicio de monitoreo de noticias y conversaciones en medios de comunicación y redes), en relación a la incidencia que tiene la Responsabilidad Social en prensas y revistas, y se encontró lo siguiente sobre una investigación realizada en diciembre del año 2013, la cual arrojó los siguientes datos: (Castro, 2013), en medios impresos se han publicado 270 menciones sobre responsabilidad social, las Revistas publicaron 32 menciones, seguidas por el Diario La República con 21, El Tiempo con 18 y El Colombiano con 14. A pesar que se trata de una nota orientada al sector y su interés por la RS, se puede observar que los medios de comunicación escrito fueron relevantes, por otro lado la especialista (Castro, 2013), menciona que “La Responsabilidad Social es una práctica que va en aumento y cada vez es más importante para las empresas públicas y privadas”.

Un artículo publicado por el Ministerio de Educación sobre la responsabilidad social y los medios de comunicación (Ministerio de Educación Nacional, 2010), analiza tres puntos: Las RSE y los medios de comunicación; La educación como estrategia de RSE y Casos internacionales. Frente a la RSE y los medios de comunicación, la presentación muestra no solo cómo evolucionan los medios, a la par de que crece la demanda de información: “El principal impacto es a través de los mensajes y contenidos comunican.

Los medios tienen y pueden formar ideas, hábitos y costumbres. Crea marcos de discusión y debate. Instrumento de empoderamiento y herramienta de cambio” (Ministerio de Educación Nacional, 2010, pág. 3). Más Adelante en la diapositiva 4 menciona: “Responsabilidades y oportunidades: Balance entre corporativo y editorial”, lo anterior permite evidenciar como a través de un medio de comunicación se muestran no solo los balances de una empresa, sino, que estos medios se convierten en una herramienta que genera oportunidades frente a sus grupos de interés.

El artículo del blog de Siglo Data MMI, como el artículo publicado por el Ministerio de Educación Nacional dejar ver el panorama sobre la importancia de los medios de comunicación y su incidencia en la transmisión de informes o información sobre Responsabilidad Social Empresarial.

1.3. Modalidad de trabajo de grado

La modalidad de investigación escogida para este trabajo es Monografía de investigación descriptivos, tratan de describir los hechos tal como son observado debido a que permitía desarrollar un estudio diagnóstico frente a la familiarización de la pregunta problematizadora, Dado que, en lo indagado hasta el momento en medios impresos de otras Cajas de compensación, no se ha abordado el tema de la visibilidad de la RSE para los afiliados y lectores en este medio escrito.

2. Planteamiento del Problema

Análisis de la Responsabilidad Social Empresarial identificada por la comunidad afiliada a la Caja a través de un medio impreso como fuente de información.

2.1. Diagnóstico del problema

Para que le sirve a una empresa privada hacer visible en sus medios de comunicación impresos (masivos), su identidad (rostro: político, resolución de problemas, económico)

2.2. Descripción del problema.

Instrumentos para analizar la medición de “Responsabilidad Social Empresarial”.

2.3. Preguntas orientadoras del problema.

2.3.1. ¿Tienen los medios de comunicación poder o influencia en la formación de la opinión pública?

2.3.2. Los medios de comunicación están llamados a ser socialmente responsables, ¿esto se cumple en los medios impresos de las cajas de compensación familiar? Desde este doble rol que les toca como medios de comunicación y como organizaciones.

2.3.3. ¿Cómo medir el impacto de El Informador para el caso específico de Comfama?

2.3.4. ¿En los medios impresos de las cajas prima el respeto a la libre opinión, la veracidad, el respeto a los derechos humanos, independencia y otros valores asociados a la ética?

3. Objetivos

3.1. Objetivo general.

Referenciar los artículos de las publicaciones del periodo comprendido entre el 2016-2017 del medio impreso El Informador Comfama, donde sea visible la RSE para los afiliados y lectores de este.

3.2. Objetivo específico.

Extraer los artículos del periodo comprendido entre el 2016-2017, del medio impreso El Informador Comfama donde se exponga la RSE.

Analizar la responsabilidad social de los medios de comunicación y cómo este influye en los lectores a nivel local, nacional o internacionalmente.

4. Justificación

El Informador Comfama, es un periódico con 37 años de existencia, su primera edición fue publicada en junio de 1981 y nació con 10.000 ejemplares. Actualmente es el quinto periódico más leído en Medellín con 70.300 lectores, superando en legibilidad y recordación a El tiempo, El Espectador, Portafolio y El Mundo. Y como dice (Lozano, 05 de marzo de 2012) “La RS de los medios va directamente relacionada con el impacto que pueden ocasionar sus contenidos en el público o la ciudadanía. Sin duda lo más relevante es el poder que los medios tienen en la formación de la opinión pública. Es decir, la responsabilidad de los medios va directamente relacionada con la información y las opiniones emitidas en los medios.”

Lo anterior supone tres elementos visibles, el primero, tiene relación con el impacto que El Informador Comfama pueda tener en sus afiliados, es decir empleadores y empleados ubicados en tarifa A y B, los primeros les gusta mantenerse informados, son selectivos a la hora de elegir los medios de comunicación, su tiempo es reducido y les gusta ver reflejada a su empresa en los medios como referente misional. Los segundos, se interesan por los medios de impresión gratuitos, se identifican por los temas que tienen estrecha relación con sus necesidades insatisfechas y les gusta verse reflejados en este

medio. El segundo, está orientado al poder (credibilidad, empatía etc.) que este medio de comunicación pueda tener frente a la opinión pública, debido a que es un medio que utiliza un lenguaje cercano, de todos y para todos, con un contenido incluyente. Y el tercero, está determinado por su contenido, frente a la Responsabilidad Social que como medio de comunicación escrito debe tener frente a las opiniones y conceptos emitidos, los cuales reflejen su gestión, políticas y acciones éticas, particularmente con cada uno de los stakeholders. Es por esto, que surge la necesidad de identificar qué tan visible es la responsabilidad social empresarial a través de su medio impreso (El Informador Comfama) para la comunidad, es decir, como el usuario lee y comprende el mensaje de comunicación a través de este medio escrito. Igualmente, se pretende evaluar la eficacia, confiabilidad, alcance, consecuencia y si es del caso efectos colateral frente a la información entregada. Los hallazgos encontrados le permitirán a la organización continuar con su propósito actual o evolucionar frente a la claridad y visibilidad de temas de mayor interés de Responsabilidad Social para cada uno de los stakeholders.

5. Metodología

Para encontrar solución al planteamiento del problema las metodologías que se usaron son:

- ✓ Histórico-comparativo documental.
- ✓ Metodología cualitativa, análisis de contenido.

Capítulo 2

6. Marco Referencial

6.1 Marco Teórico

La importancia de la responsabilidad social (RS) en los medios de comunicación es un tema que se encuentra en permanente debate dentro y fuera de los mismos medios.

La RS de los medios va directamente relacionada con el impacto que pueden ocasionar sus contenidos en el público o la ciudadanía. Sin duda lo más relevante es el poder que los medios tienen en la formación de la opinión pública. Es decir, la responsabilidad de los medios va directamente relacionada con la información y las opiniones emitidas en los medios. (Lozano, 05 de marzo de 2012)

En la revisión bibliográfica se encuentra que El informe Hutchins (1947) dio lugar a una teoría, a una doctrina: la Teoría de la Responsabilidad Social de la Prensa.

Configuración teórica de una primera doctrina donde se reflejaba la enorme influencia de la prensa para dirigir la opinión pública a favor de los dirigentes del medio. (Wikipedia, 2017) con esta teoría se busca que el principio de veracidad sea el que predomine con el fin de garantizar los derechos fundamentales de las personas que se pueden ver afectadas con la divulgación de la información. Estas acciones no merman en absoluto el derecho de los medios a informar libremente, pero sí deben hacerlo dentro de los límites del bien común y del respeto de los derechos de las personas. (Wikipedia, 2018) y esto es lo que pretendemos evidenciar en la presente investigación que en el periódico El Informador Comfama se mantengan los principales valores que deben primar en un medio de comunicación como lo son: el respeto a la libre opinión, la

veracidad, independencia y otros valores asociados a la ética pero que de igual manera se comunique las acciones de RS que hace la caja a través de todas sus estrategias para favorecer a la clase media trabajadora antioqueña.

6.2 Marco Legal

El artículo 20 de la Constitución Política de Colombia reza en uno de sus apartes, al referirse a los medios: “...Estos son libres y tienen responsabilidad social...”. El constituyente tuvo en cuenta el papel preponderante que poseen en la sociedad y la influencia directa que ejercen sobre la democracia.

Ellos son fundamentales a la hora de informar veraz e imparcialmente; contribuyen a la formación de la opinión pública mediante el debate y la discusión de los principales asuntos de interés general en sus páginas editoriales y de opinión, y alientan el diálogo de sus audiencias al abrir los canales de interacción.

Aún más, por el carácter de entidades organizadas tienen una responsabilidad social empresarial. (Zuluaga, 2014)

6.3 Marco Contextual

De las 43 Cajas de Compensación Familiar que existen actualmente en Colombia tomamos como referente 5 de ellas diferentes a Comfama para constatar que usan algún medio de comunicación de preferencia impreso para publicar sus actividades y su gestión, entre estas encontramos la Revista Compensar que pertenece a la Caja de Compensación Compensar la cual tiene 5 líneas de publicación que son: Comenzando, Compartiendo, Complaciendo, Comprendiendo, Compensando. En éstas tienen publicaciones de diferentes temas, pero si hacen evidenciable su quehacer y su RS.

(Revista Compensar, 2018). En la Caja de Compensación Colsubsidio tienen la Revista Capital Humano esta tiene 4 líneas que son: Gerencia, Actualidad, Gestión del Talento, Desarrollo Organizacional, a través de las cuales también hacen evidente toda su gestión de RSE. (Colsubsidio, 2018). En la Caja de Compensación Cafam encontramos la Revista Vivemás la cual también cumple con la entrega al lector de la información de su gestión de RSE. (Cafam, 2018). En la Caja de Compensación Comfandi cuenta con la Revista La Mano Amiga que cuenta con varias líneas en las cuales también hace evidenciable su gestión de RSE. (Comfandi, 2018). En la Caja de Compensación Comfenalco tienen la Revista Comfenalco Antioquia que tiene como principal propósito establecer un canal de comunicación constante entre la Caja, los afiliados y su grupo familiar, publicando cada mes temas de gran interés con un componente gráfico e informativo de alta calidad; a través de los cuales hace evidenciable su gestión de RSE. (Comfenalco, 2018)

Capítulo 3

7. Procesamiento y Análisis de la Información

Tabla 1.

Artículos enfocados en la RSE

#	Edición	Mes y año	Página	Título	Resumen
1	418	Enero 2016	12-13	Diviértase sin afectar el ecosistema	En los parques recreativos se hace un uso eficiente y racional de los recursos naturales. Comfama adoptó una serie de buenas prácticas, que, integradas a su Sistema de gestión ambiental, garantiza eficiencia, ahorro y sostenibilidad los 365 días del año, aun con los fenómenos climáticos que se puedan presentar (Valderrama, 2016)
2	418	Enero 2016	14-15	La tierra, con el agua al cuello	Hace una reflexión sobre el calentamiento global e invita a las personas al cuidado del agua (Hoyos, 2016)
3	418	Enero 2016	19	La sostenibilidad no es un asunto de moda	Hace referencia a una de las cátedras del programa de gerencia social de Comfama, donde Carlos Enrique Pihedraíta Arocha, presidente del Consejo Asesor de la Iniciativa del Reporte Global - GRI- Hispanoamérica, quien dentro de su planteamiento dice que “las cosas han cambiado. Las empresas tienen el reto de asumir dentro de sus políticas el desarrollo sostenible como un comportamiento” (Jaramillo, 2016)
4	419	Febrero 2016	4	Seis beneficios de estar afiliados a Comfama	Les cuenta a los usuarios las razones por las que los antioqueños se sienten orgullosos de estar afiliados a Comfama (Comfama, 2016)

5	419	Febrero 2016	5	Mas ventajas para los empleadores	Les refuerza a los empleadores porque Comfama es la caja de compensación que deben elegir (Comfama, 2016)
6	419	Febrero 2016	17	El agua se agota	Los cambios climáticos y la escasez mundial de este recurso hídrico obligan a la humanidad a tomar conciencia y a cuidar este elemento indispensable para la vida (Giraldo, 2016)
7	419	Febrero 2016	18-19	El conocimiento ambiental	Reflexión sobre las condiciones de la enseñanza e ilustración ecológica de las personas (Baptiste, 2016)
8	420	Marzo 2016	2	Comfama crece gracias a la confianza y solidaridad de empleadores y trabajadores	Es la editorial del director David Escobar para mostrarle a los usuarios el resultado de Comfama en el 2015, que se reflejan en crecimiento, en impacto social, solidez financiera y transparencia. (Arango D. E., 2016)
9	420	Marzo 2016	3	Comfama refleja solidez financiera	Comfama responsable de la normatividad y rigurosa de las leyes vigentes, es la pionera en el Sistema de Compensación Familiar en la implementación de las Normas Internacionales de Información Financiera, grupo 1, aceptadas en Colombia, con la que presentó los estados financieros y de gestión año 2015. Como resultado cuenta con estados contables comparables, transparentes y de alta calidad. (Comfama, 2016)
10	420	Marzo 2016	18	Comfama parque Arví: ecosistema y equilibrio natural	La caja realiza una intervención sistemática y responsable para cuidar esta reserva natural. Adelanta en el parque diferentes acciones enmarcadas en la estrategia de sostenibilidad ambiental y

					compromiso con el medio. (Mesa, 2016)
11	421	Abril 2016	17	El ahorro está en sus manos	Recomendaciones para disminuir el uso de la energía eléctrica. (Mesa, Carolina Estrada, 2016)
12	422	Mayo 2016	10	La plazuela San Ignacio: el punto de encuentro	Comfama junto a 40 instituciones de la ciudad, se unió a Medellín caminó pa'l centro, una jornada para que los habitantes se apropiara de este sector de la ciudad. (Comfama, 2016)
13	422	Mayo 2016	14	Aporte al cuidado del medio ambiente desde su trabajo	Recomendaciones de hábitos saludables para aportar al cuidado el medio ambiente. (Estrada, 2016)
14	423	Junio 2016	3	Valor compartido: Productividad y valor Social	El valor compartido está relacionado con las políticas y prácticas corporativas que aumentan la productividad de una empresa y mejoran las condiciones sociales y ambientales de las comunidades en la que opera mediante la innovación. (Comfama, 2016)
15	423	Junio 2016	6	Negocios incluyentes para quienes más lo necesitan	Gracias a la alianza entre comfama y el BID, 10 empresas desarrollaron proyectos de negocios incluyentes para las familias más necesitadas del país. (Natalia Cadavid Uribe, 2016)
16	423	Junio 2016	18	Cuando el aire que respiramos nos asfixia	Reflexión de la calidad del aire en Medellín, que desde el 26 de marzo 2016 se encuentra con niveles altos de contaminación. (Juan José Hoyos, 2016)
17	424	Julio 2016	6	Innovación al servicio de la sociedad	Poner la tecnología y el conocimiento a disposición de los problemas más importantes del mundo. Este es el principio de la innovación social. (Comfama, 2016)

18	424	Julio 2016	7	Manualidades que cuidan el ambiente	Paso a paso para elaborar un candelabro con cucharas desechables, invitación a reutilizar el material desechable. (Comfama, 2016)
19	425	Agosto 2016	7	Finanzas saludables	Los hábitos establecen gran parte de la forma como se vive. Obtenerlos lleva trabajo y esfuerzo, pero una vez se adquieren es difícil que se actúe de una forma diferente. (Mariana Pinto Gómez, 2016)
20	425	Agosto 2016	11	Empresas B: La empresa creando beneficios públicos	Las empresas B son el resultado de un movimiento de miles de ciudadanos alrededor del mundo, cuya búsqueda se centra en que las decisiones comerciales o de mercado sean consistentes con sus valores éticos. (Sergio García, 2016)
21	428	Noviembre 2016	6	ABC de la economía cotidiana	Resultados de la encuesta nacional acerca de comportamientos financieros, realizada por el banco mundial arrojó la necesidad de la capacitación en el tema para tomar decisiones responsables de las finanzas. (Comfama, 2016)
22	431	Febrero 2017	7	Empresas B: ser las mejores para el mundo, y no del mundo	"no se trata de responsabilidad social empresarial, sino que es una preocupación que debería estar en el ADN de las empresas". De eso se trata ser "B", que ganen todos: los accionistas, los trabajadores y la sociedad (Comfama, 2017)
23	433	Abril 2017	3 - 5	El poder de la bicicleta	En Antioquia, 1200 niños que viven en zonas rurales recibieron las bicicletas del programa Mi Bici Postobón, una alianza entre Comfama y Postobón para disminuir la deserción escolar y contribuir a que mediante la educación los niños sean felices y

					cumplan sus sueños (Comfama, 2017)
24	433	Abril 2017	20 - 21	#Siembra un árbol: por un mundo con más verde	Mas diversidad de especies, sombra, color y belleza, menor temperatura, lo mejor, un aire más limpio. Paso a paso de como sembrar un árbol. (Comfama, 2017)
25	433	Abril 2017	22	5 cosas que no se reciclan comercialmente	Cuando clasificas los desechos contribuyes al cuidado del medio ambiente. Explicación de los 5 elementos del reciclaje. Papel término, empaques de mecato, cerámicos, polietileno expandido sucio (icopor), botellas plásticas verdes y café. (Comfama, 2017)
26	434	Mayo 2017	6	Así de fácil es hacer una huerta en el balcón	Explicación y recomendaciones del proceso para hacer una huerta y tener a mano sus propios alimentos. (Palacios, 2017)
27	436	Julio 2017	6	El trabajo de luchar por el bienestar de los trabajadores	Sindicalismo es esa asociación formada para la defensa de los trabajadores asalariados. Fue producto de la revolución industrial. Es un instrumento por excelencia para acercar posiciones entre empleadores y trabajadores en la búsqueda del bienestar y del desarrollo pleno de los empleados y de la sostenibilidad y fortalecimiento de la empresa. (Comfama, 2017)
28	440	Noviembre 2017	3 - 5	El poder de trabajar en equipo	Familia que encontró apoyo en la fundación social de Banacol, Corbanacol: "la compañía nos garantiza la compra de la fruta que cosechemos, si cumple con los estándares de calidad. Por eso tenemos la asesoría

					constante de los ingenieros; además recibimos capacitación en procesos de renovación de la planta. Debemos ser responsables para que ganemos todos". Corbanacol 30 años cultivando el bienestar social. (Comfama, 2017)
29	440	Noviembre 2017	6 - 7	Alexandra: hija de Ana, hija de Eafit... la profesional de la familia	En Eafit empiezan por casa. En la materialización de su responsabilidad social universitaria, Eafit cuenta, entre otros, con un programa de becas para los hijos de sus colaboradores, entendiendo el poder transformador de la educación. 241 becas para pregrado entregó Eafit a hijos de empleados de planta y de catedra en los dos semestres académicos de 2017. (Comfama, 2017)
30	440	Noviembre 2017	8 - 9	Capitalismo consciente: hacerlo bien, hacerlo mejor	"Colombianita", una nevera de innovación social creada por Haceb y en convenio con Comfama esperan entregar 1000 "Colombianitas" a los estratos 1 y 2. Es un refrigerador eficiente en respuesta a las necesidades identificadas de las familias que no tiene congelador. Para obtenerla: mediante el crédito especial que tiene Comfama para sus afiliados o en las salas de venta de Haceb. (Comfama, 2017)
31	440	Noviembre 2017	12 - 13	A pedal por un futuro más verde	Los medios alternativos de movilidad se hacen cada vez más protagonistas en ciudades que, como Medellín, requieren de un respiro urgente. Cementos Argos, a través del uso de bicicletas eléctricas por parte de sus colaboradores, ayuda a combatir la

					contaminación, el caos y el tiempo que sus empleados gastan en desplazamientos. Una iniciativa que se ha extendido a todo el Grupo y que demuestra el porqué es una empresa socialmente consciente. (Comfama, 2017)
32	440	Noviembre 2017	17	#Reembólsale al planeta: haz tu propia bolsa de compras y ahorra dinero	Paso a paso para hacer una bolsa de compras. Es el momento de cuidar el planeta. (Comfama, 2017)
33	440	Noviembre 2017	23	Empresas socialmente conscientes10 términos claves	Aquellas que invierten en su talento humano y se preocupan por el bienestar y crecimiento personal y profesional de sus trabajadores y sus familias. Las que buscan el desarrollo de las regiones en las que hacen presencia. Las que aceptan contribuir con un consumo responsable. Las que cuidan el medio ambiente. Las que cumplen con la ley. Las que no solo buscan réditos económicos sino trasformaciones sociales en pro del bien común. Las que respetan al otro y valoran su trabajo. (Comfama, 2017)

Tabla Propia construida con los referentes de los artículos del medio impreso El Informador Comfama, del periodo comprendido entre 2016-2017

Tabla 2.

Interpretación cuantitativa de la tabla 1.

Año	Artículos	Porcentaje	Medio Ambiente	Sostenibilidad	Inversión Social
2016	21	63%	9	5	7
2017	12	37%	6	1	5
Total	33	100%	15	6	12

Tabla Propia construida con los resultados de la tabla 1.

Interpretación cualitativa de la tabla 1

Medio Ambiente

El cuidado del medio ambiente es un asunto y responsabilidad de todos, del estado, de la industria, de nuestros hábitos y costumbres lo que permite crear un tejido humano para cuidar nuestro planeta, que es nuestra casa, si la destruimos donde vamos habitar, es un esfuerzo mancomunado donde cada uno pone su grano de arena para crear una conciencia verde y ecológica, donde los seres humanos nos relacionemos amablemente con nuestro planeta.

Desde la organización, Comfama como empresa responsable y consciente de los impactos que la prestación de servicios pueda derivar en el medio ambiente, se cuenta con las siguientes actividades de Gestión Ambiental:

- ✓ Identificar y evaluación aspectos e impactos ambientales de áreas, procesos, programas, proyectos y actividades conjuntamente con las áreas involucradas.
- ✓ Recolectar y analizar información para la construcción de informes exigidos por las autoridades ambientales y para la evaluación de los programas ambientales de la Caja.
- ✓ Seguimiento a actividades de monitoreo y medición (emisiones, vertimientos, ruido, muestreos y mediciones).
- ✓ Evaluación y seguimiento a proveedores (de servicios de medición y monitoreo ambiental, de incineración, entre otros).
- ✓ Elaboración de documentos internos para el control operacional (procedimientos, instructivos, formas) y apoyo a los programas de Gestión Ambiental.

- ✓ Apoyo técnico en el mantenimiento del Sistema de Gestión Ambiental bajo la norma ISO 14001 en el parque recreativo Rionegro; liderar la implantación del Sistema de Gestión Ambiental en otras sedes de la Caja.
- ✓ Diseño del sistema de tratamiento de aguas de caldera y elaboración de estudios de control de vertimientos (análisis de parámetros fisicoquímicos).
- ✓ Controlar la facturación de los servicios públicos de la Caja; analizar consumos, y controlar pagos.
- ✓ Participar en la definición y administración de indicadores sobre el uso eficiente de los servicios públicos.
- ✓ Recomendar conjuntamente con las sedes las acciones de mejora necesarias para el aprovechamiento de los recursos. (Comfama)

A continuación, se relacionan las acciones que Comfama aplica en su compromiso con el medio ambiente.

En el consumo de energía la empresa proporciona la información y capacita a los empleados a implementar medidas de reducción de energía: se ejecutan programas de ahorro eficiente de energía en motobombas, cambio de luminarias, en las oficinas se hace las campañas de apagar la luz cuando se están en los tiempos de descanso (hora del almuerzo), apagar la pantalla del computador cuando no se esté en el puesto de trabajo.

El agua consumida procede del servicio público de acueducto y hay algunos que son captados directamente de fuentes superficiales para las que se cuenta con la respectiva concesión de aguas otorgado por la autoridad ambiental y que son tratadas en las plantas de potabilización, el reemplazo de válvulas por sistemas de ahorro en baños y duchas.

Se hace control, seguimiento y corrección de fugas, el mejoramiento en el retro lavado de los filtros de la piscina, se hacen campañas formativas a los trabajadores y a los usuarios para el uso racional del agua.

En cuanto al manejo de los residuos Comfama implementa:

Generación de vertimientos. Para el tratamiento de las aguas residuales de baños y servicios de alimentación los parques con sistemas integrados (tanque séptico+FAFA) y humedales, contrata con empresas autorizadas en tratamiento (incineración y activación de alta eficiencia) de los residuos peligrosos generados en el servicio de salud y de operaciones de mantenimiento.

Generación de residuos: aprovechamiento en compostaje, reduciendo el impacto sobre el ambiente de grandes volúmenes de residuos orgánicos provenientes de tres fuentes principales: la preparación de alimentos en restaurantes, los residuos vegetales de la poda y tala, y los residuos generados por los usuarios y visitantes.

Control del ruido. Se controló el uso de equipos de amplificación masiva en los eventos.

Talas y podas de los arboles: El mantenimiento permanente y el control fitosanitario de las especies arbóreas, tiene en cuenta la tala de especies que han cumplido su ciclo vegetativo y su reposición por especies del bosque nativo en relación 2/1: por un árbol talado se siembran dos nuevos árboles de especies nativas, se realizan jornadas de siembra de árboles con los niños de los preescolares, con los trabajadores y su grupo familiar y se hacen alianzas con entes expertos en el tema.

Otras de las acciones que implementa la caja comprometida con el medio ambiente:

Para mitigar la contaminación ambiental realiza campañas promoviendo el uso de transporte alternativo para llegar al trabajo: uso de la bicicleta, el vehículo compartido, el pico y placa en el parqueadero. La empresa usa tecnología amigable y respetuosa con el medio ambiente.

De este apartado se puede concluir que la empresa desarrolla buenas prácticas de responsabilidad social comprometida con el medio ambiente, con sus diferentes campañas para crear consciencia en los usuarios que hacen uso de los servicios y en sus colaboradores de la importancia de todos de ser responsables de cuidar y proteger el medio ambiente.

Sostenibilidad

Inversión Social

Figuras y tablas

Las tablas y figuras junto con el texto deben ser puestas en la misma página donde son mencionados por primera vez en el texto. Las tablas y figuras grandes deben ser agregadas en una página separada. Si la tabla es más grande que media página y por lo tanto será agregada en una página para sí misma. La página antes de la figura debe ser una página llena de texto a menos que esta esté al final del capítulo. Esto aplica incluso si un párrafo debe ser dividido en varias páginas.

Título 2

Tablas y figuras deben ser puestas en páginas diferentes independientemente de su tamaño. No se debe dejar espacios en blanco en las páginas de texto, pero es posible dejar espacio en blanco en páginas que solo contienen tablas y figuras.

Título 3. Tablas y figuras pueden ser puestas en un apéndice al final de la tesis o disertación. Si se hace esto se debe estar seguro de indicar que las tablas y figuras están ubicadas en el apéndice. Esto puede ser a través de paréntesis o con pies de página. Es posible poner todas o solo algunas de las tablas y figuras en el apéndice, si todas las tablas y figuras son puestas en el apéndice se debe indicar que “Todas las tablas y figuras están ubicadas en el apéndice” después de la primera mención de una tabla o figuras.

Título 3. Los títulos de las tablas deben ser puestos sobre las mismas. En el caso de las figuras deben ser puestos debajo. Todas las tablas deben contar con mínimo 2 columnas y una fila de títulos. Las tablas deben contar a menos con 3 líneas divisorias.

Tabla 1.

El título debe ser breve y descriptivo.

<i>Columna Uno</i>	<i>Columna Dos</i>
Datos de tabla	Datos de tabla
Datos de tabla	Datos de tabla
Datos de tabla	Datos de tabla
Datos de tabla	Datos de tabla
Datos de tabla	Datos de tabla
Datos de tabla	Datos de tabla
Datos de tabla	Datos de tabla
Datos de tabla	Datos de tabla
Datos de tabla	Datos de tabla
Datos de tabla	Datos de tabla

Nota: Una nota general proporciona información del contenido de la tabla completa y finaliza con una explicación abreviaturas, símbolos y similares. Aquí se incluirá el crédito para cualquier tabla que sea extraída de otras fuentes. (American Psychological Association, 2010)

La letra a utilizar en el contenido de la tabla puede ser una sencilla como Arial, Futura o Helvética de entre 8 y 14 puntos viendo que la información no se superponga y sea legible. Cuando la tabla se extraiga de otra fuente, en la lista de referencias se debe incluir la referencia completa del autor de la tabla.

Título 4. Las figuras pueden estar blanco y negro o a color. Si se usa color se debe asegurar que la figura tenga sentido si se imprime a blanco y negro. La imagen puede ser un gráfico, imagen, clip art, fotografía, infografía, figura, cuadro, diagrama, mapa etc. y puede provenir de un artículo de revista, artículo de revista, artículo de periódico, libro, capítulo de libro, blog, informe o sitio web. En la figura 1 se muestran algunas formas.

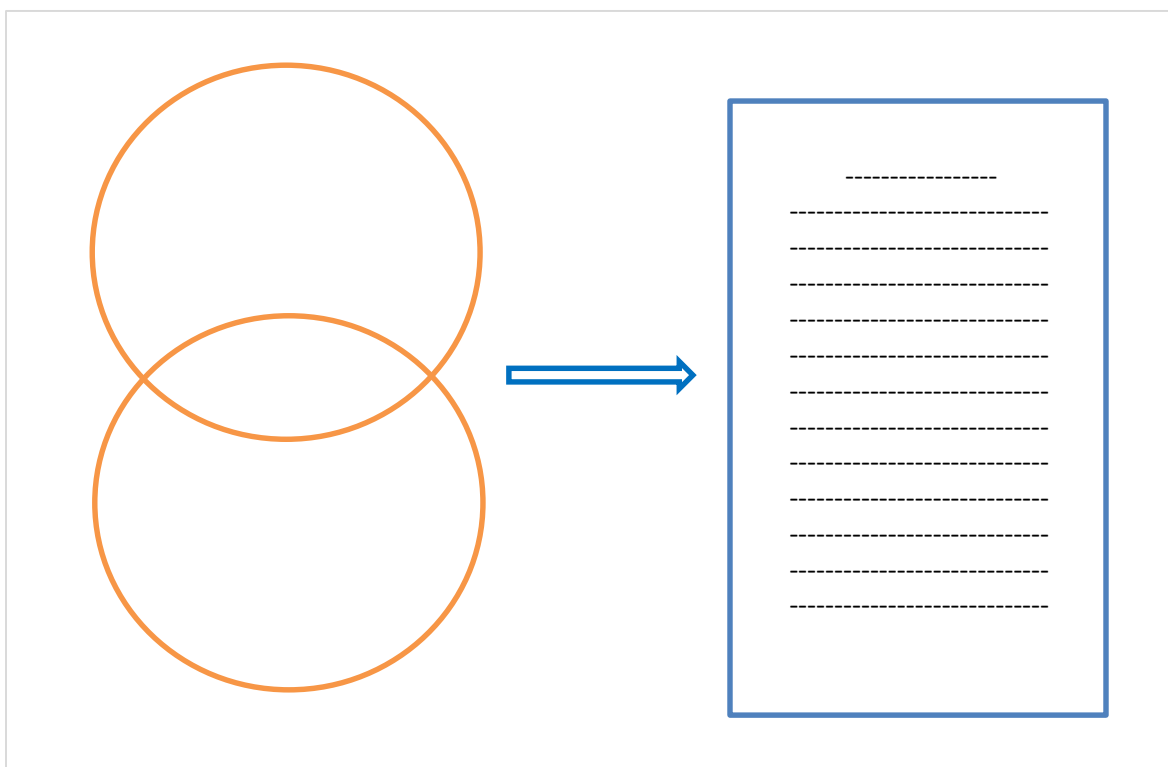


Figura 1. Aquí deberá colocarse una explicación descriptiva... de la figura como para darle título, será una frase breve pero descriptiva. Por Apellido de autor (año).

Capítulo 4

Resultados y discusión.

Se podrá escribir en primera persona sobre cuáles fueron los resultados y lo que has pensado de ellos. También se podrá usar una tabla o figura para mostrar los resultados y luego discutirlos en el texto. No realices citas en esta sección porque estos resultados son únicos, son datos de tu estudio y por lo tanto no existe material para recuperar.

Lista de referencias

- Alderete, E., Vega, W. A., Kolody, B., & Aguilar-Gaxiola, S. (2000). Lifetime prevalence of and risk factors for psychiatric disorders among Mexican migrant farmworkers in California. *American Journal of Public Health*, 90, 608 – 614.
- American Psychological Association. (2010). *Manual de Publicaciones de la American Psychological Association* (6 ed.). (M. G. Frías, Trad.) México, México: El Manual Moderno.
- Augen, J. (2004). *Bioinformatics in the post-genomic era: Genome, transcriptome, proteome, and information-based medicine*. Addison-Wesley Professional.
- Blankenberg, D., Kuster, G. V., Coraor, N., Ananda, G., Lazarus, R., Mangan, M. & Taylor, J. (2010). Galaxy: a web- based genome analysis tool for experimentalists. *Current protocols in molecular biology*, 19-10.
- Bolger, A., & Giorgi, F. (2003) Trimmomatic: A Flexible Read Trimming Tool for Illumina NGS Data. URL <http://www.usadellab.org/cms/index.php>.
- Giardine, B., Riemer, C., Hardison, R. C., Burhans, R., Elnitski, L., Shah, P. & Nekrutenko, A. (2005). Galaxy: a platform for interactive large-scale genome analysis. *Genome research*, 15(10), 1451-1455.
- Harwood, A. (1981). *Ethnicity and medical care*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Martinez, O. J. (1994). *Border people: Life and society in the U. S.–Mexico borderlands*. Tucson: University of Arizona Press.
- Ramirez, M. (1991). *Psychotherapy and counseling with minorities: A cognitive approach to individual and cultural differences*. New York: Pergamon Press.
- Torres, J. B. (1998). Masculinity and gender roles among Puerto Rican men: Machismo on the U.S. mainland. *American Journal of Orthopsychiatry*, 68, 16 –26.

Apéndice

Las tablas y figuras pueden ir en el apéndice como se mencionó anteriormente. También es posible usar el apéndice para incluir datos en bruto, instrumentos de investigación y material adicional.

Vita

Acá se incluye una breve biografía del autor de la tesis.