

**Apoyo a la gestión de comunicación que desarrolla Burson Cohn & Wolfe internamente y  
con sus clientes de Medellín**

Angie Vanessa Omeara Luna

Trabajo de grado – modalidad pasantía

presentado como requisito para optar al título de:

**COMUNICADORA SOCIAL - PERIODISTA**

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social - Periodismo

Bucaramanga

2019

**Apoyo a la gestión de comunicación que desarrolla Burson Cohn & Wolfe internamente y ii  
con sus clientes de Medellín**

Angie Vanessa Omeara Luna

Trabajo de grado – modalidad pasantía

presentado como requisito para optar al título de:

COMUNICADORA SOCIAL - PERIODISTA

Supervisor de la Pasantía

Mag. Jaime Enrique Pallares Espinosa

Universidad Pontificia Bolivariana – Seccional Bucaramanga

Escuela de Ciencias Sociales

Facultad de Comunicación Social – Periodismo

Bucaramanga

2019

## Tabla de Contenidos

Introducción .....	2
Capítulo 1 Identificación de la organización .....	5
Capítulo 2 Objetivos .....	9
Capítulo 3 Referente conceptual .....	10
Capítulo 4 Acciones desarrolladas .....	12
4.1 Orientar la gestión de los colaboradores de BCW Medellín .....	15
4.2 Desarrollar las estrategias de relaciones públicas estipuladas en los planes de comunicación de los clientes de BCW .....	16
4.3 Identificar oportunidades y clientes potenciales en el mercado regional para BCW Medellín .....	23
4.4 Apoyar las diversas iniciativas de comunicación que desde las diferentes líneas de negocio de la organización se requieran.....	25
Capítulo 5 Conclusiones y recomendaciones .....	29
Lista de Referencias .....	322
Anexos .....	33

**Lista de tablas**

Tabla 1. Cronograma ..... 12

**Lista de figuras**

Figura 1. Contenidos difundidos.....18

**RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TITULO:** Apoyo a la gestión de comunicación que desarrolla Burson Cohn & Wolfe internamente y con sus clientes de Medellín

**AUTOR(ES):** Angie Vanessa Omeara Luna

**PROGRAMA:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR(A):** Mag. Jaime Enrique Pallares Espinosa

**RESUMEN**

En este proyecto de grado se evidencia la labor desarrollada por parte de la estudiante en su pasantía realizada en Burson Cohn & Wolfe Medellín, desde agosto de 2018 hasta enero de 2019, la cual tuvo como objetivo apoyar la gestión de comunicación que desarrolla la organización internamente y con sus clientes de Medellín, mediante distintas acciones que se expondrán detalladamente en el presente informe. Las principales actividades planteadas, se enmarcan en el desarrollo de estrategias de relaciones públicas estipuladas en los planes de comunicación de los clientes de BCW, consultora líder mundial en comunicaciones estratégicas, relaciones públicas y asuntos públicos. Por medio de este trabajo, se recalcará la importancia del relacionamiento con medios de comunicación y públicos de interés para fortalecer la reputación corporativa de las organizaciones.

**PALABRAS****CLAVE:**

Comunicación estratégica, relaciones públicas, consultoría, reputación corporativa, BCW Global.

**V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO**

**GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE**

**TITLE:** Support for communication management developed by Burson Cohn & Wolfe internally and with its Medellín customers

**AUTHOR(S):** Angie Vanessa Omeara Luna

**FACULTY:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR:** Mag. Jaime Enrique Pallares Espinosa

**ABSTRACT**

In this degree project, the work developed by the student in his internship at Burson Cohn & Wolfe Medellín, from August 2018 to January 2019, which has become a communication objective, is evident and with its Medellín customers, through different actions that will be detailed in this report. The main activities are framed in the development of public relations strategies in the communication plans of the clients of BCW, a world-leading consultancy in strategic communications, public relations and public affairs. Through this work, will emphasize the importance of the relationship with the media and the public of interest to strengthen the corporate reputation of organizations.

**KEYWORDS:**

Strategic communication, public relations, consulting, corporate reputation, BCW Global.

**V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK**

## **Introducción**

Las organizaciones actualmente perciben a la comunicación como un elemento clave para cumplir sus objetivos y posicionarse en un mercado específico, a través de estrategias que permiten que sus stakeholders las reconozcan.

De esta manera, nace la importancia de las relaciones públicas en el área corporativa, como lo menciona Harold Burson, fundador de Burson-Marsteller “las relaciones públicas son el arte de persuadir a la gente para que haga las cosas que nuestros clientes querrían que hicieran”. (Burson-Marsteller, 2018)

Burson-Marsteller, consultora de comunicación que recientemente cambió su nombre a “Burson Cohn & Wolfe” cuenta con la capacidad de atender las necesidades de sus clientes de manera estratégica, creando, fortaleciendo y protegiendo su reputación corporativa, por medio de un modelo de servicio diferenciador.

Este modelo de servicio se basa en cinco prácticas especializadas que permiten que las empresas reciban una asesoría personalizada, de acuerdo con sus necesidades de comunicación y su sector económico.

Las prácticas se dividen en Asuntos Públicos, Asuntos Corporativos, Marca y Consumo, Salud y Bienestar, Tecnología, Innovación y Planeación Digital. Además, la organización cuenta con una oficina en la ciudad de Medellín, en la cual fue donde se realizó la pasantía.

Durante seis meses, la pasantía tuvo como principal objetivo apoyar la gestión de comunicación que desarrolla Burson Cohn & Wolfe internamente y con sus clientes de

Medellín, por medio del desarrollo de estrategias de relaciones públicas estipuladas en los planes de comunicación.

El relacionamiento con periodistas regionales y nacionales fue fundamental para el desarrollo de la pasantía ya que, por medio de este, se lograron numerosos impactos en medios de comunicación, fortaleciendo la visibilización de las distintas organizaciones que estuvieron a cargo.

Mediante indicadores y resultados cuantitativos, BCW logra demostrarles a sus clientes su eficiente gestión, la cual está basada en el desarrollo de una comunicación acertada y asesoría con mirada estratégica.

Por esto, durante la pasantía fue indispensable realizar monitoreo de medios, seguimiento de la información que se difundía e implementar diariamente los procesos diferenciadores de la organización, teniendo como fin superar las expectativas de los clientes.

## Capítulo 1

### Identificación de la organización

Burson Cohn & Wolfe Colombia S.A.S (BCW)

Carrera 25 # 1 A Sur - 155, Edificio Platinum Superior, Oficina 544.

Medellín, Colombia.

- **¿Qué hace?**

Burson Cohn & Wolfe es la primera y única agencia del mundo creada para ofrecer soluciones de comunicaciones integradas en todos los sectores a escala global. BCW crea ideas grandes y basadas en la percepción que conectan a personas y marcas en todo el mundo. Sus procesos patentados de investigación y descubrimiento aseguran una conexión adecuada con audiencias claves.

Ya sea por medio de la investigación y datos, ideas, ejecución y medios, BCW aporta intrepidez, integridad y una mente abierta a cada proyecto. La organización cuenta con más de 2.500 profesionales, conectados por una red global propia para compartir su experiencia, conocimiento y mejores prácticas en 109 países.

En Colombia, BCW cuenta con dos oficinas, en Bogotá y Medellín con un equipo de más de 60 profesionales de diversas áreas como comunicación y periodismo, ciencias políticas, sociología y marketing.

BCW ofrece a sus clientes conocimiento y experiencia en comunicación de todas las industrias y ambientes en los que se desarrollan sus negocios. Por esto cuenta con seis áreas de especialización: Asuntos Públicos, Asuntos Corporativos, Marca y Consumo,

Salud y Bienestar, Tecnología e Innovación y Planeación Digital. (Burson Cohn & Wolfe, 2018)

- **Historia**

Burson Cohn & Wolfe es una compañía de relaciones públicas de reciente creación, que nace de la fusión entre Burson-Marsteller y Cohn & Wolfe. El movimiento se enmarca en un proceso de horizontalidad que está llevando a cabo WPP.

De esta manera, la organización anteriormente llevaba el nombre de Burson-Marsteller, la cual se ubica en el año 1953 en Estados Unidos, cuando el relacionista público Harold Burson y el publicista Bill Marsteller unieron esfuerzos para consolidar la primera empresa con un portafolio de servicios que combinó ambas especialidades.

En Colombia, está presente desde el año 1998 en Bogotá y desde 2013 en Medellín, posicionándose como la agencia con mayor trayectoria en el mercado local, con 19 años de experiencia. La organización cuenta con equipos especializados por industrias de acuerdo con la naturaleza del negocio de sus clientes.

Burson hace parte del WPP, el holding más amplio de comunicaciones y servicios a nivel global, con más de 150 compañías de publicidad, consumo, identidad de marca, área digital y otras disciplinas claves. (Burson Cohn & Wolfe, 2018)

- **Misión**

“Apoyar a nuestros clientes en la consecución de sus objetivos de negocio, a través del diseño e instrumentación de estrategias de comunicación que los vinculen, de manera efectiva, con sus audiencias clave. A partir del manejo de las percepciones de sus

audiencias, apoyamos a nuestros clientes a alcanzar sus metas, construyendo una imagen sólida para sus organizaciones, productos y servicios.” (Burson Marsteller, s.f.)

- **Visión**

“Proveer un desempeño estándar de excelencia –para nuestros clientes, nuestra gente y nuestros accionistas – como un negocio global que fluye y posee una cultura única.”

(Burson Marsteller, s.f.)

- **Valores corporativos**

Según lo establecido por BCW, los valores corporativos son:

**Transparencia:** Nos comprometemos a ser transparentes en todos nuestros contactos profesionales, así como también con grupos de interés externos. Esto significa que identificaremos nuestros clientes, contactos externos, así como los materiales producidos o distribuidos a nombre de nuestros clientes.

**Honestidad:** Nos comprometemos a ser honestos en todos nuestros tratos profesionales, incluyendo aquellos que sean externos. Así como también, a nunca comunicar información falsa y a tomar precauciones razonables para evitar hacerlo sin darnos cuenta.

**Confidencialidad:** Nos comprometemos a no revelar ninguna información confidencial que sea proporcionada en el transcurso de nuestro trabajo para clientes. Esto, a menos que sea explícitamente autorizado o requerido por gobiernos u otras autoridades legales.

**Excelencia:** Nuestro objetivo como empresa es alcanzar la excelencia por medio de la ayuda que le prestamos a nuestros clientes, para que a su vez ellos tengan éxito. Esto

significa que BCW se compromete a ser más: estratégico, creativo, y riguroso en calidad sin olvidar de basarse en evidencia clara.

**Integridad:** Nos comprometemos a sólo trabajar para organizaciones que estén dispuestas a defender nuestros valores de transparencia y honestidad en el curso de nuestro trabajo para ellos. (Burson Marsteller, s.f.)

## **Capítulo 2**

### **Objetivos**

#### **Objetivo general**

Apoyar el fortalecimiento de la gestión de comunicación que desarrolla Burson Cohn & Wolfe internamente y con sus clientes de Medellín.

#### **Objetivos específicos**

- Orientar la gestión de los colaboradores de BCW Medellín.
- Desarrollar las estrategias de relaciones públicas estipuladas en los planes de comunicación de los clientes de BCW.
- Identificar oportunidades y clientes potenciales en el mercado regional para BCW Medellín.
- Apoyar las diversas iniciativas de comunicación que desde las diferentes líneas de negocio de la organización se requieran.

### Capítulo 3

#### Referente conceptual

Para el correcto desarrollo de las funciones como pasante en Burson Cohn & Wolfe, fue necesario tener claridad en lo que significa ejecutar estrategias de **relaciones públicas** y los conceptos que se relacionan para el cumplimiento de los objetivos de las organizaciones, como lo son **comunicaciones estratégicas, reputación corporativa y consultoría**, los cuales desde la teoría permitieron relacionar la práctica con lo aprendido en el aula de clase.

De esta manera, las relaciones públicas se definen como “el conjunto de medios y técnicas utilizados por una organización, pública o privada, para comunicarse con sus diferentes públicos con el objeto de acrecentar su notoriedad y/o de mejorar su imagen” (Martínez, 2011, p.31).

En BCW, la consultoría de comunicaciones estratégicas a organizaciones tiene en cuenta elementos como, según Argenti (2014):

- Identificar las acciones de comunicación que contribuyen en medida a la generación de valor.
- Evaluar el desempeño de las acciones de comunicación frente a otras empresas del sector.
- Aportar inteligencia en la toma de decisiones estratégicas y operativas, evitando posibles riesgos reputacionales y gestionando grandes cambios organizativos.

- Demostrar el impacto de la comunicación en el desempeño financiero y su contribución a la generación de valor.

De esta manera, se afirma la importancia de crear relaciones a largo plazo con medios de comunicación para que las organizaciones sean reconocidas como fuentes de información en determinados sectores, dando a conocer su aporte a la comunidad y fortaleciendo su reputación corporativa.

Reputación corporativa se entiende como “el conjunto de evaluaciones colectivas suscitadas por la organización en sus grupos de interés que motivan conductas capaces de generar valor”. (Allozas, Carreras, Carreras, 2013).

Para BCW es indispensable la ejecución de estrategias en los planes de comunicación que fortalezcan la reputación de las organizaciones a las que asesora, por medio de la difusión de sus novedades y eventos a la opinión pública, teniendo en cuenta lo noticioso y lo de importancia para los medios de comunicación.

## Capítulo 4

### Acciones desarrolladas

Durante los seis meses de pasantía en Burson Cohn & Wolfe se desarrollaron diferentes acciones que tuvieron como fin apoyar la gestión de comunicación que realiza la organización con sus clientes actuales de Medellín. De esta manera, se planteó el siguiente cronograma que permite identificar de qué manera se llevó a cabo cada actividad:

Apoyar el fortalecimiento de la gestión de comunicación que desarrolla Burson Cohn & Wolfe internamente y con sus clientes de Medellín.							
Objetivos específicos	Acciones	Tiempos de ejecución					
		Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Enero
Orientar la gestión de los colaboradores de BCW Medellín.	Caracterizar el ciclo de servicio ejecutivo de BCW.						
	Diseñar protocolos de gestión para los cargos del ciclo ejecutivo.						
	Planear la socialización de los protocolos a los empleados de BCW Medellín.						
Desarrollar las estrategias de relaciones públicas estipuladas en los planes de comunicación de los clientes de BCW.	Planear y elaborar contenidos teniendo en cuenta las necesidades de comunicación de las organizaciones.						
	Difundir contenidos informativos de los clientes a medios locales, regionales						

	y nacionales, dependiendo el alcance planeado.						
	Realizar seguimiento a la información emitida mediante el contacto de periodistas.						
	Identificar el contenido publicado mediante el monitoreo de medios de comunicación.						
	Determinar el impacto que tuvo la gestión de prensa para cada cliente, con frecuencia mensual.						
	Participar en eventos organizados por los clientes y ruedas de prensa, mediante la coordinación de entrevistas y reportería para generar contenido.						
	Convocar a medios de comunicación a eventos.						
	Realizar acompañamiento en entrevistas y giras de medios a voceros.						
Identificar oportunidades y clientes potenciales en el mercado	Revisar medios de comunicación e identificar oportunidades de nuevos negocios para BCW.						

regional para BCW Medellín.	Mantener una sólida base de conocimientos sobre los clientes actuales y su industria diariamente.						
	Participar en reuniones de planeación de propuestas para nuevos negocios de BCW.						
	Aportar ideas creativas para la creación de planes de comunicación según las necesidades de los negocios.						
	Construir documentos que aporten información valiosa para las nuevas propuestas.						
	Recolectar información y material audiovisual para los distintos proyectos corporativos.						
Apoyar las diversas iniciativas de comunicación que desde las diferentes líneas de negocio de la organización se requieran.	Asistir a reuniones de socialización e informes con públicos internos y externos de la organización.						
	Generar contenido desde la oficina de Medellín para las redes sociales de BCW.						

Actualizar bases de datos de periodistas regionales.							
Validar noticias de los clientes con la empresa encargada del monitoreo de medios.							
Realizar el diseño de los informes ejecutivos y de gestión.							
Desarrollar matriz de pendientes por cliente.							
Realizar segmentación de periodistas para determinados temas de los clientes.							

*Tabla 1. Cronograma. En esta tabla están expuestas las acciones realizadas para alcanzar los objetivos, teniendo en cuenta los tiempos de ejecución.*

#### **4.1 Orientar la gestión de los colaboradores de BCW Medellín. (100%)**

##### **4.1.1 Caracterizar el ciclo de servicio ejecutivo de BCW.**

Con el fin de orientar la gestión de los colaboradores de Burson Cohn & Wolfe de la oficina de Medellín, se realizó un análisis del ciclo de servicio ejecutivo, ciclo que incluye a los practicantes, al asistente ejecutivo y al ejecutivo de proyectos, por medio de la descripción de funciones, fases y procesos, que son desarrollados diariamente en función de la visibilización de cada cliente.

#### **4.1.2 Diseñar protocolos de gestión para los cargos del ciclo ejecutivo.**

En este ciclo se ejecutan acciones que dependen de los planes de comunicación estipulados para los clientes y la línea de negocio a la que se pertenezca dentro de la organización, ya que a pesar de que los procesos son los mismos, varía el impacto de acuerdo con el objetivo que se busque alcanzar.

La identificación y descripción de los procesos que se realizan en el ciclo ejecutivo se llevó a cabo durante ocho semanas, teniendo en cuenta archivos de BCW y la retroalimentación de la persona que se encuentra desempeñando el puesto ejecutivo en la oficina de Medellín, esto para complementar el modelo de servicio de la organización.

#### **4.1.3 Planear la socialización de los protocolos a los empleados de BCW Medellín.**

La socialización se cumplió y está a la espera de las instrucciones globales para ajustar todos los protocolos de inducción de la compañía en las dos oficinas de Colombia.

### **4.2 Desarrollar las estrategias de relaciones públicas estipuladas en los planes de comunicación de los clientes de BCW. (100%)**

#### **4.2.1 Planear y elaborar contenidos teniendo en cuenta las necesidades de comunicación de las organizaciones.**

Para el desarrollo de las estrategias estipuladas en los planes de comunicación de los clientes de BCW, es necesario la creación de contenidos que tienen como finalidad comunicar novedades, eventos o información de valor a medios de comunicación. De esta manera, es importante analizar y estructurar el contenido que se

busca difundir, teniendo presente las necesidades y oportunidades de cada organización.

Durante el mes de agosto se realizaron comunicados de prensa para uno de los clientes de BCW Medellín, que buscó posicionar EXPOCAMACOL como una de las ferias más importantes del sector de la construcción en América Latina, dando a conocer los temas tratados y negocios pactados, esto como resultado de la reportería realizada en la feria.

Así mismo, en septiembre se realizaron dos comunicados de prensa con los resultados cuantitativos de esta feria, los cuales fueron elaborados para dos medios de comunicación especializados en el tema de la construcción. Además, en este mismo mes, BCW apoyó y asesoró a Cotelco con Colombia Travel Expo, evento de tres días consecutivos en el que se realizó reportería y elaboró comunicado de prensa con información relevante.

En diciembre se redactó el texto que acompañó el videocomunicado sobre las novedades que tendrá Colombiatex de las Américas 2019. Para esta misma feria, se realizaron documentos para dos giras de medios realizadas en enero, los cuales sirvieron de instrumento para los voceros.

ANEXO A. Comunicados de prensa elaborados durante la pasantía.

#### **4.2.2 Difundir contenidos informativos de los clientes a medios locales, regionales y nacionales, dependiendo del alcance planeado.**

Por medio de correo electrónico se difundieron contenidos informativos de los clientes a medios de comunicación, con el objetivo de visibilizarlos y posicionarlos en

la región. Este es un elemento fundamental, ya que al mantener al tanto a la prensa sobre información relevante de las organizaciones, se fortalecen las relaciones con periodistas y se obtienen impactos a través de sus medios de comunicación.

Durante los seis meses de pasantía se difundieron diferentes comunicados de prensa e invitaciones de eventos realizados por los clientes a medios de comunicación regionales y nacionales, de los cuales se obtuvieron publicaciones en radio, prensa y televisión.

A partir de octubre, semanalmente se compartió la agenda de actividades de la UPB a los periodistas de Medellín, esto para que estuvieran al tanto sobre lo organizado por la Universidad, después de realizar su diseño y organizar la información.

De esta manera mensualmente se compartió contenido de valor para los medios de comunicación sobre los clientes actuales de la oficina de Medellín:

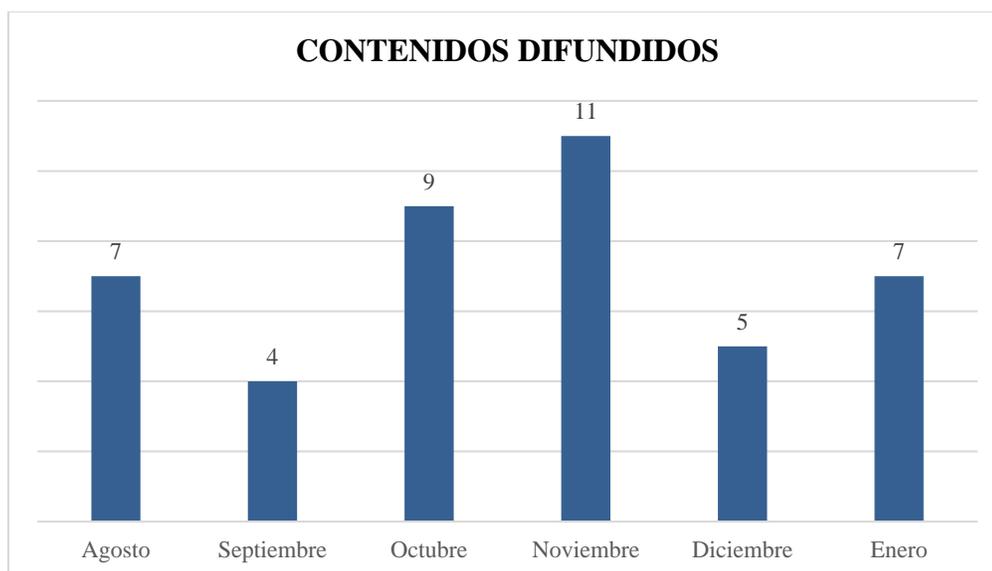


Figura 1. Contenidos difundidos. Esta gráfica muestra el número de contenidos difundidos por mes a medios de comunicación. Fuente: Autoría propia

Durante los meses de pasantía diferentes clientes tuvieron eventos y novedades, de los cuales se construyó información informativa para medios de comunicación regionales y nacionales, alcanzando impactos positivos para la visibilización de estas organizaciones.

ANEXO B. Contenido de clientes difundido a medios de comunicación durante los seis meses de pasantía.

#### **4.2.3 Realizar seguimiento a la información emitida mediante el contacto de periodistas.**

Después de la liberación de los comunicados de prensa, se identificaron cuáles eran los periodistas claves por cada medio de comunicación, teniendo en cuenta el tema que se deseaba transmitir. De esta manera, se contactó al periodista, con el fin de confirmar la recepción de la información y recibir solicitudes de entrevistas, dependiendo el caso.

Diariamente se tuvo contacto y relación con periodistas para generar confianza y cercanía con ellos, esto encaminado a gestionar de forma eficiente la publicación y el cubrimiento a eventos organizados por los clientes de BCW Medellín.

Con esto se construyó un estatus detallado de lo que cada periodista expresó sobre su interés en la información difundida, teniendo presente las distintas solicitudes respecto a más información, contenido multimedia o entrevistas del tema.

ANEXO C. Publicaciones destacadas obtenidas por los clientes, luego del seguimiento de la información y convocatoria a periodistas.

#### **4.2.4 Identificar el contenido publicado mediante el monitoreo de medios de comunicación.**

Durante los seis meses se realizó monitoreo diariamente a medios de comunicación, identificando el impacto de la UPB y describiendo sus menciones directas, el sector y su competencia. Además, por medio de un documento diario se consolidaron las publicaciones con su título, fecha, medio de comunicación y link, de esta forma el cliente se mantuvo informado sobre el impacto de la gestión de BCW y lo que se evidenció en prensa relacionado con la organización.

#### **4.2.5 Determinar el impacto que tuvo la gestión de prensa para cada cliente, con frecuencia mensual.**

Mensualmente se realizaron informes de gestión que destacaban el número de publicaciones obtenidas por cliente, su audiencia, valor publicitario, el tipo de medio y su alcance.

Los informes tuvieron como objetivo mostrarle el impacto que ha tenido la organización en medios de comunicación, por esto, a través de imágenes se muestran las notas obtenidas, su fecha y medio.

Además de esto, por medio de estos informes se demuestra la importancia de las relaciones públicas y del trabajo que realiza el equipo de BCW, su gestión y dedicación por obtener resultados.

ANEXO D. Ejemplos de gráficas con cantidad de publicaciones obtenidas por clientes mensualmente o eventos realizados.

#### **4.2.6 Participar en eventos y ruedas de prensa organizados por los clientes, mediante la coordinación de entrevistas y reportería para generar contenido.**

Durante agosto y septiembre se estuvo presente en el desarrollo de dos ferias nacionales e internacionales, como lo fueron EXPOCAMACOL y Colombia Travel Expo, en las cuales se estuvo presente por medio de la logística, convocatoria a medios de comunicación, acompañamiento, reportería y relacionamiento.

Además de otros eventos más pequeños realizados por otros clientes, en los cuales se debieron coordinar entrevistas y acompañarlas, con el fin de obtener publicaciones en medios de comunicación y fortalecer la relación entre voceros y periodistas.

Durante el mes de octubre se participó en los Premios Medellín Investiga 2018, por medio de la convocatoria a medios y acompañamiento a voceros. Así mismo, se estuvo presente en un taller para periodistas sobre el Sistema Comando de Incidentes, desarrollado por la UPB, actividad realizada en marco del Simulacro Nacional.

En noviembre, se asistió a dos importantes eventos liderados por Camacol Capítulo Antioquia e Inexmoda, la participación constó de convocatoria, acompañamiento y seguimiento.

ANEXO E. Fotos de la participación en eventos realizados por los clientes durante el tiempo de pasantía.

#### **4.2.7 Convocar medios de comunicación a eventos.**

Antes de cada uno de los eventos anteriormente mencionados, se realizó la pertinente convocatoria a medios de comunicación, invitándolos e informándoles la

importancia de las actividades, teniendo en cuenta la necesidad del cliente para el cubrimiento de periodistas.

Por medio de correos electrónicos, llamadas y mensajes se realizaron las invitaciones a periodistas de medios de comunicación de la ciudad a cada evento una semana antes, logrando captar su atención mediante la información que se transmitió. Durante el desarrollo de los eventos se debió realizar un registro de cada periodista asistente, con el fin de tenerlo como evidencia de la gestión de BCW y actualizar base de datos.

#### **4.2.8 Realizar acompañamiento en entrevistas y giras de medios a voceros.**

Teniendo en cuenta las solicitudes de los medios de comunicación, se coordinaron entrevistas con los voceros en cada evento realizado y se acompañó cada una de ellas, con el fin de generar una mayor cercanía con los periodistas, estando pendiente de cualquier cosa que necesitara. Igualmente, se estuvo presente en las ruedas de prensa realizadas por cada organización.

Para los 70 años de Radio Bolivariana se coordinó y acompañó una gira de medios con cuatro de los medios de comunicación más importantes de Medellín, como lo fueron El Tiempo, El Colombiano, Telemedellin y Hora 13 Noticias. De esta manera, se acompañó al vocero de la emisora en cada una de las entrevistas realizadas durante el día.

Durante octubre se acompañaron entrevistas en los Premios Medellín Investiga y en el simulacro de caída de avión. Así mismo, en noviembre se participó en el Foro Económico Sectorial y en el Cierre de Épica: Reto de Innovación.

ANEXO F. Fotos del acompañamiento en entrevistas y gira de medios a los clientes durante la pasantía.

Durante la pasantía se desarrollaron las estrategias de relaciones públicas estipuladas en los planes de comunicación de los clientes de BCW Medellín en un 100%, se generaron importantes resultados en medios de comunicación de la ciudad, alcanzando un impacto positivo para las organizaciones.

### **4.3 Identificar oportunidades y clientes potenciales en el mercado regional para BCW Medellín. (100%)**

#### **4.3.1 Revisar medios de comunicación e identificar oportunidades de nuevos negocios para BCW.**

Con el fin de conocer las oportunidades de nuevos negocios para BCW, se ha mantenido atento de la actividad empresarial en Antioquia, por medio de la revisión de medios de comunicación regionales y nacionales, identificando las empresas que pueden ser de interés para la organización.

#### **4.3.2 Mantener una sólida base de conocimientos sobre los clientes actuales y su industria diariamente.**

Es importante estar al tanto de lo que se dice en medios de comunicación sobre los clientes y su sector, por esto se ha hecho una revisión y monitoreo permanente de las noticias en las cuales son relacionados, esto para que el equipo de trabajo esté actualizado y pueda ser mucho más eficiente en la ejecución de estrategias.

#### **4.3.3 Participar en reuniones de planeación de propuestas para nuevos negocios de BCW.**

Con el objetivo de concretar nuevos negocios para la oficina de BCW en Medellín, en octubre se realizó una reunión de contexto con el equipo, analizando el brief de una empresa en específico e identificando sus necesidades de comunicación. Así mismo, se asignaron tareas entre todos para construir una propuesta estratégica de comunicación integral.

#### **4.3.4 Aportar ideas creativas para la creación de planes de comunicación según las necesidades de los negocios.**

Luego del análisis del sector y el negocio de la empresa, se aportaron ideas creativas y valiosas para el planteamiento de un plan de comunicación, teniendo en cuenta aspectos como el servicio al cliente, la experiencia y satisfacción de los usuarios, esto con el fin de posicionar la organización y fortalecer su reputación corporativa.

#### **4.3.5 Construir documentos que aporten información valiosa para las nuevas propuestas.**

Seguido de la asignación de tareas, para complementar la presentación de la propuesta de negocio a esta empresa, se realizaron documentos que contenían una descripción del sector, con el objetivo de contextualizar el equipo. Además, se desarrolló una investigación sobre los influenciadores con mayor número de seguidores en redes sociales de este sector, en busca de exponerle una información consolidada a este cliente potencial.

Así mismo, se identificaron los periodistas de la fuente turismo con mayor importancia del país, lo cual se tuvo en cuenta para acompañar una táctica de relacionamiento corporativo planteada en la propuesta, teniendo como objetivo posicionar a la organización en su sector.

Durante la pasantía se estuvo en permanente revisión de medios de comunicación sobre el sector empresarial en Antioquia y los clientes de BCW, por esto, este objetivo se cumplió en un 100%, ya que se tuvo presente la identificación de clientes potenciales para la organización.

#### **4.4 Apoyar las diversas iniciativas de comunicación que desde las diferentes líneas de negocio de la organización se requieran. (100%)**

##### **4.4.1 Recolectar información y material audiovisual para los distintos proyectos corporativos.**

Con el objetivo de apoyar planes de comunicación desarrollados por la oficina de BCW Bogotá, en el mes de noviembre se realizó la producción de un material videográfico de una orquesta de música tropical reconocida del país. Con esto, se consolidaron los videos y audios y fueron enviados a la práctica de Marca y Consumo. ANEXO G. Imágenes de la producción del material audiovisual.

##### **4.4.2 Asistir a reuniones de socialización e informes con públicos internos y externos de la organización.**

Se ha participado en distintas reuniones internas con el equipo de Bogotá en las que se hablaron distintos temas y novedades de la organización, como el empleado del mes, la presentación de una línea de negocio mensualmente.

Por otra parte, semanalmente se asistió a reuniones de estatus con los clientes, en las que se discutieron los temas programados para el segundo semestre del año y distintos temas a tratar, además de la presentación de informes sobre el impacto obtenido en medios de comunicación.

#### **4.4.3 Generar contenido desde la oficina de Medellín para las redes sociales de BCW.**

Durante diciembre se tuvo una conversación con la persona encargada de las redes sociales de BCW para que tuviera en cuenta a la oficina de Medellín en sus publicaciones. La persona mostró cuál era el objetivo de las publicaciones, pero hasta el momento la oficina de Medellín no ha generado ningún contenido de interés, se está esperando que haya un evento grande para ser mostrado en redes sociales.

#### **4.4.4 Actualizar bases de datos de periodistas regionales.**

Con el fin de que la gestión de BCW sea mucho más eficiente, se ha realizado una actualización semanal a la base de datos de periodistas de Medellín, eliminando a las personas que ya no están en medios de comunicación y añadiendo a nuevas personas que han realizado cubrimiento a los eventos desarrollados.

#### **4.4.5 Validar noticias de los clientes con la empresa encargada del monitoreo de medios.**

Durante el tiempo de pasantía, Prensanet no monitoreó algunas notas sobre los clientes y sus eventos, por lo que se debió hacer contacto con la empresa, transmitiendo información sobre la publicación que se necesitaba identificar, obteniendo un resultado favorable con la gestión.

Esta acción se realizó para que todos los resultados obtenidos en medios de comunicación puedan ser vistos por los clientes junto a su valor publicitario, evidenciando de esta manera la gestión de la consultora y su rentabilidad.

#### **4.4.6 Realizar el diseño de los informes ejecutivos y de gestión.**

Para el informe ejecutivo de EXPOCAMACOL 2018 se realizó su diseño, teniendo en cuenta los colores institucionales de la organización y el material fotográfico obtenido durante la feria, consolidando información cualitativa y cuantitativa de los impactos en medios durante los 4 días de evento.

De igual forma en septiembre se realizó el diseño para el informe de gestión del Concurso Latinoamérica Habla, liderado por uno de los clientes de BCW Medellín, en el que se destacaron los resultados cuantitativos y cualitativos del proyecto en medios de comunicación.

Por otra parte, para un entrenamiento de voceros, se diseñó la presentación, teniendo en cuenta los colores institucionales de la organización y la información a tratar con la vocera. Además, BCW participó en los Premios Medellín Investiga 2018, por esto, para presentar sus resultados se realizó un informe ejecutivo. Así mismo, en diciembre se realizó un diseño personalizado para Colombiatex 2019, en el que se estaban realizando todos los informes de gestión.

ANEXO H. Diseño de algunos informes realizados durante septiembre y octubre

#### **4.4.7 Desarrollar matriz de pendientes por cliente.**

A partir del mes de noviembre, se comenzó a realizar una matriz en la que cada integrante del equipo debe completar los pendientes que se tienen con cada cliente, teniendo en cuenta la fecha, la importancia, el estado y comentarios. De esta manera, el equipo de la oficina está al tanto sobre lo que se necesita realizar para cada empresa.

ANEXO I. Estructura de la matriz de pendientes de un cliente.

#### **4.4.8 Realizar segmentación de periodistas para determinados temas de los clientes.**

Durante octubre se realizaron dos listados de periodistas segmentados por fuente, uno fue para un evento de política y otro para un taller sobre el Sistema Comando de Incidentes en marco del Simulacro Nacional, esto con el objetivo de convocar su asistencia.

Además, durante noviembre se realizó una segmentación de periodistas para unas tarjetas de navidad que un cliente deseaba regalarles, teniendo en cuenta su participación en los eventos realizados durante el año y su cubrimiento de temas.

Para la feria Colombiatex de las Américas 2019 se realizaron distintos documentos con los periodistas claves en la temática de moda y negocios, priorizando los medios de comunicación más importantes de la región.

## Capítulo 5

### Conclusiones y recomendaciones

Realizar la pasantía en Burson Cohn & Wolfe fue valioso para el crecimiento profesional de la estudiante ya que logró conocer la importancia de las relaciones públicas en las organizaciones, el acercamiento a periodistas y la creación de contenidos noticiosos para generar un impacto en los medios de comunicación.

Así mismo, durante la pasantía se obtuvieron resultados visibles que permitieron reconocer la manera en que los procesos desarrollados en BCW son eficientes y el valor agregado que le aporta a cada uno de los planes de comunicación para los clientes, son indispensables para posicionarse en el mercado antioqueño.

Los objetivos planteados en este trabajo, se basaron en acciones diarias que tuvieron como finalidad apoyar el fortalecimiento de la gestión de comunicación que desarrolla BCW internamente y con sus clientes de Medellín.

Principalmente en este proceso de aprendizaje, se desarrollaron las estrategias de relaciones públicas estipuladas en los planes de comunicación de los clientes de BCW a través de la planeación, elaboración y difusión de contenidos a medios de comunicación, además del seguimiento de la información para determinar un impacto cuantitativo y de visibilización a los clientes.

Además, la participación en eventos y el acompañamiento en entrevistas y giras de medios permitió que la asesoría de BCW a sus clientes fuera completa y diferenciadora. De la misma manera, logró que los medios de comunicación reconocieran a la organización

como una intermediaria con sus fuentes, haciendo necesaria su presencia en eventos organizados por los clientes.

Por otra parte, dentro de la organización se lograron identificar los atributos diferenciadores del modelo de servicio de BCW, específicamente del ciclo ejecutivo, el cual se encarga de realizar cada una de las tácticas que están alineadas a las estrategias planteadas en los planes de comunicación.

El entorno de BCW también es de vital importancia para darse a conocer, por esto, durante la pasantía se mantuvo informado sobre los clientes actuales y su sector, así como de las oportunidades de nuevos negocios. Además, se aportaron ideas creativas para la creación de planes de comunicación.

Finalmente, durante los seis meses se apoyaron las diversas iniciativas de comunicación que desde las diferentes líneas de negocio de la organización se requerían, por medio de la participación en reuniones internas y externas y de la disposición para que la gestión de BCW fuera más eficiente con sus clientes.

Realizar la pasantía en BCW fue gratificante porque el apoyo y acompañamiento del equipo fue permanente. Además, la interacción con periodistas, empresarios y comunicadores fue de gran valor para el crecimiento profesional de la estudiante.

Las recomendaciones que se destacan al finalizar el proceso de pasantía son:  
Es importante que BCW continúe complementando el modelo de servicio y ponga en práctica los protocolos de entrenamiento, con el fin de fortalecer la cultura organizacional de la nueva compañía.

En la ciudad de Medellín, BCW es reconocida como una de las consultoras líder en comunicaciones estratégicas, asuntos públicos y relaciones públicas, por esto, debe continuar creando percepciones positivas en los clientes actuales y potenciales.

A raíz del lanzamiento de la nueva identidad de marca, BCW podría generar un mayor acercamiento con sus públicos clave, con el propósito de continuar posicionándose en el mercado antioqueño.

Contar con un equipo especializado es clave para fortalecer la reputación corporativa de BCW, por esto, es indispensable que la compañía utilice las nuevas herramientas digitales que la fusión le ha aportado.

### Lista de Referencias

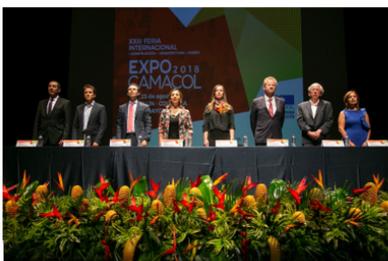
- Argenti, P. (2014). Comunicación estratégica y su contribución a la reputación. Madrid, España: Editorial Empresarial.
- Burson Cohn & Wolfe (2019). ¿Quiénes somos? Estados Unidos: bcw – global. Recuperado de: <https://bcw-global.com/about-us/>
- Burson-Marsteller (s.f). Filosofía, misión, visión y valores. Colombia: BM Colombia Blog. Recuperado de: <http://bmcolombiablog.co/mision-vision-y-valores/>
- Burson-Marsteller (2018). Inicio: las relaciones públicas. Colombia: BM Colombia Blog. Recuperado de: <http://bmcolombiablog.co/>
- Carreras, E. Alloza, A. Carreras, A (2013). Reputación corporativa. Madrid, España: Editorial Empresarial.
- Martínez, A. (2011). Del gabinete de prensa al gabinete de comunicación. Málaga, España: Comunicación Social.

## Anexos

### ANEXO A. Comunicados de prensa elaborados durante agosto y septiembre de 2018.

 <b>EXPO 2018 CAMACOL</b> XXIII FERIA INTERNACIONAL + CONSTRUCCIÓN + ARQUITECTURA + DISEÑO 22 al 25 de agosto MEDELLÍN - COLOMBIA DOCUMENTO DE PRENSA	 <b>EXPO 2018 CAMACOL</b> XXIII FERIA INTERNACIONAL + CONSTRUCCIÓN + ARQUITECTURA + DISEÑO 22 al 25 de agosto MEDELLÍN - COLOMBIA DOCUMENTO DE PRENSA
<p><b>EXPOCAMACOL 2018 presentó las cinco claves para una mayor eficiencia en los procesos de construcción</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Alejandro Botero, Director Técnico de Innovación de Camacol Antioquia, destaca cinco elementos que permiten que los procesos constructivos sean más eficientes respecto al uso de recursos y la optimización del tiempo.</li> <li>EXPOCAMACOL, en su vigesimotercera edición, recalca el valor de la investigación, innovación y desarrollo tecnológico en la industria de la construcción.</li> </ul> <p><b>Medellín, 25 de agosto del 2018.</b> La gestión de la construcción, la automatización y la digitalización, el uso de materiales de calidad, los sistemas constructivos y estructuras y la sostenibilidad son algunos de los elementos que Alejandro Botero, Director Técnico de Innovación de Camacol Antioquia, resalta para tener una mayor eficiencia en la operación y ejecución de proyectos en esta industria.</p> <p>1. Gestión de la construcción:</p> <p>El cambio en el desarrollo de proyectos contribuye a que la gestión de la construcción sea mucho más eficiente y conveniente, por medio de la correcta y oportuna identificación de instrumentos y oportunidades, estudiando la factibilidad y la utilización de materiales resistentes ante agentes ambientales, para que no exista ningún riesgo en el ciclo de la edificación.</p> <p>2. Automatización y digitalización</p> <p>Es indispensable adaptarse a las novedades tecnológicas que actualmente brinda la industria de la construcción, como lo explica Botero <i>"ahora estamos adelantando procesos de prefabricación y preproducción con el fin de que los proyectos y las obras se conviertan en montajes, permitiendo tener mayor control en las dimensiones y calidad de los materiales"</i>.</p> <p>3. Materiales de calidad:</p> <p>A pesar de que en Colombia siempre ha predominado el concreto y la arcilla en la industria de la construcción, estos materiales han evolucionado y se han adaptado para múltiples usos, mejorando su resistencia ante cualquier novedad ambiental. Además, se han implementado materiales plásticos y compuestos como la fibra del banano.</p>	<p>4. Sistemas constructivos y estructuras:</p> <p>No solo existen materiales más eficientes, sino también sistemas constructivos que permiten que los edificios sufran menos consecuencias frente a los fenómenos sísmicos, aislándolos del suelo con dispositivos de respuesta que disipan la onda, por medio de la mezcla de materiales que reducen el peso de la edificación.</p> <p>5. Sostenibilidad:</p> <p>Es importante tener en cuenta que los proyectos arquitectónicos deben tener una adecuada planeación para el ahorro de tiempo y recursos. Así mismo, la sostenibilidad es uno de los elementos que actualmente CAMACOL resalta para el aprovechamiento de materiales compuestos que se utilizan para agregados reciclables y material de construcción, así como el uso de equipos con poco consumo energético.</p> <p>De esta manera, la industria de la construcción está implementando herramientas innovadoras que antes no existían, <i>"a pesar de que los procesos en el sector siempre han sido muy artesanales, hemos observado la necesidad de mejorar la calidad y acelerar los procesos con relación a el tiempo, la calidad, la operación y el mantenimiento"</i>, como lo menciona Botero.</p>

#### Comunicado de prensa 1.



## EXPOCAMACOL 2018 se consolida como la feria que dinamiza la industria de la construcción en América Latina

- EXPOCAMACOL 2018 contó con la participación de más de 400 empresas expositoras de 20 países, y con la asistencia de 55.265 visitantes nacionales e internacionales.
- Como resultado de la feria, las expectativas de negocio fueron por más de USD 343 millones. Adicionalmente, se generaron negocios in situ por US\$ 22,5 millones de dólares.
  - Desde el miércoles 22 y hasta el sábado 25 de agosto, se desarrolló en Medellín la vigesimotercera edición EXPOCAMACOL 2018, la feria más importante de la industria de la construcción en Latinoamérica.

De manera exitosa se desarrolló EXPOCAMACOL 2018, la feria de negocios, relacionamiento y conocimiento más importante de la industria de la construcción en Latinoamérica. Durante cuatro días consecutivos, la feria reunió 417 empresas expositoras, provenientes de 20 países; se tuvo una asistencia de 55.265 visitantes, de los cuales 1.420 fueron internacionales; se realizaron más de 150 conferencias y demostraciones de productos y servicios en el recinto ferial. La Cámara Colombiana de la Construcción – CAMACOL – ratifica a través de estos eventos su compromiso y aporte para dinamizar la industria y contribuir con el desarrollo del país.

### Comunicado de prensa 2.

Empresarios del sector de la construcción, se dieron cita en EXPOCAMACOL 2018, espacio en el que presentaron sus productos y servicios a diferentes actores de la industria, afianzaron relaciones comerciales y generaron nuevos negocios. Durante los cuatro días de feria, se proyectaron expectativas de negocio por más de USD 343 millones, reflejando las oportunidades que ofrece la Feria, a través de la muestra comercial, a los empresarios nacionales e internacionales.

*"EXPOCAMACOL 2018 se proyectó internacionalmente como la Feria especializada del sector de la construcción más completa de América Latina. Este es un evento del gremio que reunió a más de 55.000 visitantes de 46 países, fortaleció la imagen de Colombia en el exterior y le permitió a los empresarios nacionales e internacionales afianzar relaciones a largo plazo",* comenta Eduardo Loaiza Posada, Gerente de Camacol Antioquia.

Con relación a la muestra comercial, la feria contó con 11 pabellones divididos por tipos de productos y servicios, con una dimensión de 24 mil metros cuadrados, que reunieron a las 417 empresas expositoras, provenientes de 20 países, entre los que se encuentran Estados Unidos, México, Perú, Chile, Brasil, Portugal, España, Alemania, entre otros, siendo este último, el país invitado con una representación de 16 compañías.

Por otra parte, en el encuentro comercial organizado por ProColombia y la Alcaldía de Medellín, los 239 compradores de 26 países participantes lograron negocios in situ por más de US\$22,5 millones, es decir, más del doble de lo conseguido en 2016, cuando el resultado llegó a US\$10,8 millones. Panamá fue el país con el mayor número de negocios cerrados con US\$8,5 millones, seguido de Ecuador (US\$4,4 millones), Perú (US\$3,7 millones) y Estados Unidos (US\$1,7 millones).

Además de los espacios comerciales ofrecidos en EXPOCAMACOL 2018, los expositores y visitantes tuvieron la oportunidad de participar en más de 150 conferencias y demostraciones para lanzar y conocer productos e innovaciones. Adicionalmente, se realizaron importantes eventos académicos, enmarcados en el Encuentro Técnico de la Construcción – ETC -, el cual contó con la participación de más de 40 conferencistas, que presentaron casos de éxito y buenas prácticas de empresas de esta industria.

Para EXPOCAMACOL 2018, fue de gran importancia que los visitantes conocieran los procesos constructivos de la región. Por este motivo, se realizaron visitas técnicas a lo largo de la Feria, en las que se destacó el recorrido de arquitectura de Medellín. *"Este tipo de recorridos nos pone en contacto con la vida ciudadana, con la gente en su movimiento y sin duda alguna, con los mejores ejemplos y referentes de nuestra arquitectura"* indica León Restrepo Mejía, profesor de arquitectura de la Universidad Nacional.

Gracias a EXPOCAMACOL 2018, la ciudad de Medellín contó con una derrama económica de USD12 millones, representados en renglones económicos asociados al turismo, como restaurantes, comercio, hotelería, transporte, entre otros, y con una ocupación hotelera cercana al 98%, de acuerdo con el Sistema de Indicadores Turísticos de Medellín – SITUR –.



## Industria de la construcción en Colombia se proyecta internacionalmente gracias a EXPOCAMACOL 2018

- Desde el miércoles 22 y hasta el sábado 25 de agosto, se desarrolló en Medellín la vigesimotercera edición EXPOCAMACOL 2018, la feria más importante de la industria de la construcción en Latinoamérica.
- EXPOCAMACOL 2018 contó con la participación de más de 400 empresas expositoras de 20 países, y con la asistencia de 55.265 visitantes nacionales e internacionales.
- Como resultado de la feria, las expectativas de negocio fueron por más de USD 343 millones. Adicionalmente, se generaron negocios in situ por US\$ 22,5 millones de dólares.

Las compañías más importantes de la industria de la construcción en Colombia participaron en EXPOCAMACOL, feria que desde hace más de 30 años se consolida como el escenario de mayor importancia de América Latina en materia de negocios, relacionamiento y actualización para los empresarios y profesionales de la industria de la construcción.

La edición número 23 de EXPOCAMACOL demostró el aporte y dinamismo que genera el sector de la construcción a la economía nacional, además de su contribución con la generación de ciudades de calidad en el país. Desde el miércoles 22 y hasta el sábado 25 de agosto, se contó con la participación de 417 empresas expositoras, de 20 países; con una asistencia de 55.265 visitantes y una proyección de negocios cercana a los USD 343 millones.

### Comunicado de prensa 3.



## Transcurre con éxito Colombia Travel Expo 2018 en su segundo día



**Medellín, septiembre 7 de 2018.** Colombia Travel Expo 2018, la plataforma de turismo nacional inició su segundo día con cifras positivas gracias al auge turístico por el que atraviesa el país. Durante su primera rueda de negocios, se cumplieron 950 citas que arrojaron un pronóstico de transacciones de \$7.900 millones de pesos, superando las expectativas que se tenían para el primer día de la feria.

"La expectativa de esta feria para nosotros es precisamente poder encontrar nuevas alianzas en temas de proveedores, que nos sirvan para desarrollar productos turísticos en todo el territorio nacional con la oportunidad de ofrecerlos a todas las agencias interesadas en Colombia", reitera Alejandro Suárez, representante de la empresa mayorista de turismo receptivo, Macondo DMC y participante de la rueda de negocios.

Colombia Travel Expo 2018, cuenta con la participación de 224 empresas expositoras en 150 stands, pertenecientes a diferentes departamentos del país y que han tenido la oportunidad de dar a conocer sus atractivos turísticos a todos los visitantes de la feria. "En la feria estamos buscando darle un giro positivo a nuestro municipio, destacándolo como destino turístico, por medio de la promoción de su arquitectura, cultura y gastronomía" comenta Ross Lozano, Directora de Cultura y Turismo de Honda, Tolima.

### Comunicado de prensa 4.

"EXPOCAMACOL 2018 se proyectó internacionalmente como la Feria especializada del sector de la construcción más completa de América Latina. Este es un evento del gremio que reunió a más de 55.000 visitantes de 46 países, fortaleció la imagen de Colombia en el exterior y le permitió a los empresarios nacionales e internacionales afianzar relaciones a largo plazo", comenta Eduardo Loaiza Posada, Gerente de Camacol Antioquia.

La feria contó con 11 pabellones divididos por tipos de productos y servicios, con una dimensión de 24 mil metros cuadrados, que reunieron a las 417 empresas expositoras, provenientes de 20 países, entre los que se encuentran Estados Unidos, México, Perú, Chile, Brasil, Portugal, España, Alemania, entre otros, siendo este último, el país invitado con una representación de 16 compañías.

Por otra parte, en el encuentro comercial organizado por ProColombia y la Alcaldía de Medellín, los 239 compradores de 26 países participantes lograron negocios in situ por más de US\$22,5 millones, es decir, más del doble de lo conseguido en 2016, cuando el resultado llegó a US\$10,8 millones. Panamá fue el país con el mayor número de negocios cerrados con US\$8,5 millones, seguido de Ecuador (US\$4,4 millones), Perú (US\$3,7 millones) y Estados Unidos (US\$1,7 millones).

Gracias a EXPOCAMACOL 2018, la ciudad de Medellín contó con una derrama económica de USD12 millones, representados en renglones económicos asociados al turismo, como restaurantes, comercio, hotelería, transporte, entre otros, y con una ocupación hotelera cercana al 98%, de acuerdo con el Sistema de Indicadores Turísticos de Medellín – SITUR –.

Los expositores y visitantes tuvieron la oportunidad de participar en más de 150 conferencias y demostraciones para lanzar y conocer productos e innovaciones. Adicionalmente, se realizaron importantes eventos académicos, enmarcados en el Encuentro Técnico de la Construcción – ETC -, el cual contó con la participación de más de 40 conferencistas, que presentaron casos de éxito y buenas prácticas de empresas de esta industria.

Para EXPOCAMACOL 2018, fue de gran importancia que los visitantes conocieran los procesos constructivos de la región. Por este motivo, se realizaron visitas técnicas a lo largo de la Feria, en las que se destacó el recorrido de arquitectura de Medellín. "Este tipo de recorridos nos pone en contacto con la vida ciudadana, con la gente en su movimiento y sin duda alguna, con los mejores ejemplos y referentes de nuestra arquitectura" indica León Restrepo Mejía, profesor de arquitectura de la Universidad Nacional.

EXPOCAMACOL 2018 no sólo se proyecta como una muestra comercial, sino una apuesta del gremio de la construcción y la actividad edificadora para construir país y fomentar su desarrollo desde Medellín para el mundo.

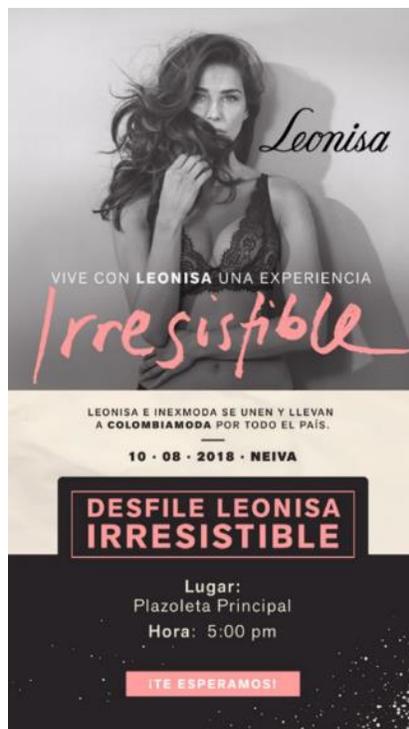


Durante el segundo día de Colombia Travel Expo 2018, los visitantes de la feria participaron de las diferentes conferencias brindadas en el Salón del Conocimiento. Líderes nacionales e internacionales del sector, compartieron diversas temáticas de gran impacto empresarial, como la publicidad digital enfocada en el sector, destinos turísticos sostenibles y demostraciones folclóricas de algunas regiones del país, en las que se destacaron El Amazonas, Valle del Cauca y el Eje Cafetero.

Para más información contactar a:

**Camilo López G.**  
Ejecutivo de cuenta  
Bujón-Marsteller  
camilo.lopez@bmi.com  
Celular: 315 671 8845

## ANEXO B. Contenido de clientes difundido a medios de comunicación.



*Invitación Leonisa e Inexmoda.*



**JUSTICIA ABIERTA:**  
DIÁLOGOS CON LA  
COMUNIDAD DE ANTIOQUIA

7:45 a.m.  
Viernes 17 de agosto de 2018  
Universidad Pontificia Bolivariana  
Aula Magna Manuel José Sierra Ríos  
Laureles, Medellín

Talleres pedagógicos sobre sentencias de unificación de las secciones Segunda y Tercera del Consejo de Estado

Rendición de cuentas del Tribunal Administrativo de Antioquia

Conferencias sobre precedente judicial y tutela contra sentencia



*Invitación a evento “Justicia abierta: diálogos con la comunidad de Antioquia”.*



## MAPEI presentará en EXPOCAMACOL 2018 ocho categorías de productos innovadores y de alto desempeño para la construcción

- Con más de 80 años de historia y respaldo, la compañía es líder mundial en la fabricación de productos químicos para la construcción y la industria. MAPEI, fundada en Milán, Italia, cuenta con 79 fábricas en 34 países de los 5 continentes.
- EXPOCAMACOL es una de las ferias más importantes de la industria de la construcción en América Latina. Su edición número 23 contará con la participación de más de 400 empresas, de 20 países, 60 mil visitantes y prevé negocios superiores a los USD250 millones.
- MAPEI, está en Colombia desde el 2017 gracias a la adquisición de Productos Bronco y actualmente cuenta con una planta de producción y centro logístico en Medellín, tendrá próximamente plantas de producción y centros logísticos en Bogotá y Barranquilla y cuenta con cinco oficinas regionales distribuidas en todo el país. Tendrá un centro de investigación y desarrollo ubicado en Medellín y un laboratorio de concreto y ensayo de materiales en Bogotá.

**Medellín, agosto de 2018** - MAPEI y sus marcas BRONCO y POLYGLASS anuncian su participación en EXPOCAMACOL 2018, una de las ferias más importante de la construcción en América Latina. La multinacional, con más de 80 años de trayectoria, presentará a sus visitantes y compradores, de más de 20 países, productos innovadores, con altos estándares de calidad y de tecnología de punta italiana.

Desde el 22 al 25 de agosto, MAPEI exhibirá en la muestra comercial de EXPOCAMACOL las ocho líneas de productos para la industria de la construcción con las que está iniciando sus operaciones en Colombia. Los más de 60,000 visitantes a la Feria tendrán la oportunidad de conocer y ver el desempeño de aditivos para concreto y mortero, impermeabilizantes, selladores y adhesivos elásticos, morteros de reparación y protección de estructuras, grouts de nivelación y anclaje, estucos y masillas, adhesivos cerámicos, pinturas, entre otros.

*"EXPOCAMACOL 2018 será el escenario ideal para presentar oficialmente nuestras marcas a los actores más importantes de la industria de la construcción en Colombia y América Latina, dar a conocer nuestros productos y concretar negocios con empresarios de la construcción",* asegura Miguel Perilla, Gerente General de MAPEI Colombia.

Esta será la primera vez que MAPEI y sus marcas BRONCO y POLYGLASS participarán en EXPOCAMACOL como una sola compañía. A principios de este año se anunció el inicio de operaciones de la multinacional italiana MAPEI y su adquisición de la compañía colombiana BRONCO, una unión que le permitirá a los constructores y trabajadores de este sector conocer y utilizar productos de vanguardia en el mundo y visibilizar en otros países



los productos desarrollados en Colombia y con alto potencial de comercialización en el exterior.

Colombia es un nuevo país de la región al que llega la compañía italiana, teniendo en cuenta que ya tiene presencia en Argentina, México, Panamá, Costa Rica, Puerto Rico, República Dominicana, Brasil, Perú y Venezuela. Latinoamérica se ha convertido en uno de los principales retos de MAPEI en el mundo, por lo que su estrategia de internacionalización, que inició en 1960, le apunta a fortalecer su operación en la región, apalancado siempre en la investigación y desarrollo de producto adecuados para cada uno de sus mercados, para lo cual la compañía destina el 12% de su recurso humano y el 5% de la facturación global.

A través de su participación en esta importante Feria de la construcción en el continente americano, MAPEI y sus marcas se consolidan como los aliados estratégicos de los diferentes segmentos de la construcción en el país.

*"MAPEI hace una apuesta agresiva por Colombia, con la que espera aportar al desarrollo del sector de la construcción a través de la transferencia de conocimiento, innovación y experiencia, aspectos que caracterizan a la compañía y que han edificado su liderazgo en el mundo. Junto a esto, buscamos convertirnos en un aliado cercano y confiable de nuestros clientes, aportando siempre al cumplimiento de los objetivos de aquellos que acuden a nosotros",* señala Miguel Perilla, Gerente General de MAPEI Colombia.

Además de su participación en la muestra comercial, MAPEI y sus marcas, realizarán demostraciones de sus productos durante el tiempo de feria en el stand 38 del Pabellón Verde de Plaza Mayor Medellín. Cabe destacar que el 75% de los productos que se comercializarán serán elaborados en el país, mientras que el porcentaje restante serán importados desde diferentes fuentes del exterior.

Fotografías disponibles en el siguiente link: <https://files.share-latam.bm.com/ff/22tJZBNHHT>

### Sobre MAPEI

MAPEI es una multinacional italiana fundada en Milán en 1937. Actualmente es la empresa líder en la fabricación de productos químicos para la construcción y la industria, con presencia en 34 países, con 79 fábricas y 20 centros de investigación en los cinco continentes. Genera más de 10.000 empleos, tiene más de 66.000 clientes alrededor del mundo y cuenta con más de 5.000 productos en su amplio portafolio. A partir de 1960, MAPEI inició su estrategia de internacionalización para lograr una mayor cercanía a las exigencias locales y una posición estratégica en los mercados, entre los cuales Latinoamérica, se ha convertido en uno de sus principales retos. La multinacional italiana llegó a Colombia en el año 2017 mediante la adquisición de la empresa Productos Bronco, fundada en Medellín en 1984.

### Más información para medios de comunicación:

Carlos Andrés Cote Sierra  
Asociado Senior / Burson-Marsteller  
Cel.: 3102350057  
Carlos.cote@bm.com

*Comunicado de prensa "MAPEI presentará en EXPOCAMACOL 2018 ocho categorías de productos innovadores y de alto desempeño para la construcción".*



### MAPEI en EXPOCAMACOL 2018 y su apuesta para conquistar el mercado de productos químicos de la construcción en América Latina

Medellín, 25 de agosto de 2018 – La multinacional italiana, MAPEI – Materiales Auxiliares Para la Edificación y la Industria, ratificó su interés de conquistar el mercado de productos químicos para la construcción en el continente americano, a través de su participación en EXPOCAMACOL 2018.

Con la reciente adquisición de la marca colombiana BRONCO y su participación en la Feria más importante de la industria de la construcción en América Latina, MAPEI se consolida como el mejor aliado del sector, gracias a su tecnología de punta y a su innovador portafolio de productos.

Durante EXPOCAMACOL 2018, MAPEI realizó más de 20 demostraciones de ocho categorías de productos y afianzó relaciones con inversionistas y actores de la industria de la construcción, provenientes de más de 20 países.

*"Esta ha sido la presentación oficial de MAPEI como marca sombrilla de las marcas BRONCO, POLYGLASS, aditivos para cemento y de productos para la construcción de obras subterráneas. Hemos tenido una gran acogida por parte de los visitantes, los cuales han destacado la innovación y tecnología de nuestros productos", afirma Miguel Perilla, gerente general de MAPEI Colombia.*



Por otra parte, la inversión que está realizando la multinacional italiana será de aproximadamente 30 millones de euros, recursos destinados para el ingreso al país y el desarrollo de toda la infraestructura que soportará la capacidad de producción y procesos logísticos.

*"MAPEI hace una apuesta sólida por Colombia, con la que espera aportar al desarrollo del mismo a través de la transferencia de conocimiento, innovación y expertise, aspectos que caracterizan la compañía y que han edificado su liderazgo en el mundo. Junto a esto, buscamos convertirnos en un aliado cercano y confiable de nuestros clientes, aportando siempre al cumplimiento de los objetivos de aquellos que acuden a nosotros", señala Miguel Perilla, gerente general de MAPEI Colombia.*

Durante los cuatro días de Feria, los visitantes a Plaza Mayor Medellín pudieron experimentar el desempeño de aditivos para concreto y mortero, impermeabilizantes, selladores y adhesivos elásticos, morteros de reparación y protección de estructuras, grouts de nivelación y anclaje, estucos y masillas, adhesivos cerámicos, pinturas, entre otros.

#### Sobre MAPEI:

MAPEI es una multinacional italiana fundada en Milán en 1937. Actualmente es la empresa líder en la fabricación de productos químicos para la construcción y la industria, con presencia en 34 países, con 79 fábricas y 28 centros de investigación en los cinco continentes. Genera más de 10.000 empleos, tiene más de 66.000 clientes alrededor del mundo y cuenta con más de 5.000 productos en su amplio portafolio. A partir de 1960, MAPEI inició su estrategia de internacionalización para lograr una mayor cercanía a las exigencias locales y una posición estratégica en los mercados, entre los cuales Latinoamérica, se ha convertido en uno de sus principales retos. La multinacional italiana llegó a Colombia en el año 2017 mediante la adquisición de la empresa Productos Bronco, fundada en Medellín en 1984.

#### Más información para medios de comunicación:

Carlos Andrés Cote Sierra  
Asociado Senior / Burson-Marsteller  
Cel.: 3102350057  
Carlos.cote@bm.com

## Comunicado de prensa "MAPEI en EXPOCAMACOL 2018 y su apuesta para conquistar el mercado de productos químicos de la construcción en América Latina".



### Arte que integra inteligencia artificial y gravedad cero.

Conferencias, música y mucho color. Cierre de Escuela de Verano UPB 2018

- Albert Barqué-Duran y Marc Marzenit. *My Artificial Muse (Mi musa artificial)* y *The Zero-Gravity Band (La banda en gravedad cero)*.
- Performance internacional *My Artificial Muse*, por primera vez en Latinoamérica. Festival nocturno *Ignite*, el viernes 31 de agosto.
- *Ignite Fest*: primer festival de la ciudad donde confluirán artes interactivas, multimediales, luminotecnia y sonido. Encuentro de cierre de la Escuela de Verano UPB 2018.

La Universidad Pontificia Bolivariana tendrá como acto de cierre de la Escuela de Verano presentaciones artísticas, interactivas y multimediales. Como invitados estarán Albert Barqué Duran, investigador y artista, doctor en Ciencias Cognitivas de la Universidad de la City de Londres, y Marc Marzenit, productor internacional de *techno*, ingeniero de sonido y profesor de producción musical.

Los dos proyectos que presentarán en tres conferencias el 28 y 29 de agosto son *My Artificial Muse* y *The Zero-Gravity Band*. *My Artificial Muse* es una creación de ambos artistas junto con Mario Klingemann, que explora cómo la inteligencia artificial puede colaborar con los humanos en procesos artísticos y creativos. Así mismo, *The Zero-Gravity Band* es un proyecto de ambos artistas con Elisa Ferré que explora el concepto del arte fuera del planeta Tierra y sobre cómo la producción y percepción del arte cambian cuando no están limitadas por las leyes de la física.

Además de los espacios académicos se presentará el **performance internacional *My Artificial Muse World Tour***, por primera vez en Latinoamérica, un espectáculo con una duración aproximada de 1 hora, donde el 'artista humano' Albert Barqué-Duran presenta un proceso de pintura en vivo reproduciendo una pieza de arte 100 % diseñada por una Red Neuronal Artificial. La presentación es acompañada por música experimental generativa que se reproduce a través de sensores que siguen los movimientos del artista en escena. Este performance será la presentación central del *Ignite Fest* y se llevará a cabo el viernes 31 de agosto a las 7:00 p.m.

El *Ignite Fest* es el primer festival en la ciudad en donde convergen las artes interactivas y multimediales, con espacios y actividades para al público en general

durante una jornada nocturna en el Campus de la UPB. El *Ignite* es una nueva plataforma para presentar proyectos relacionados con las nuevas manifestaciones del arte y la interacción surgidas de la investigación, la innovación, la experimentación y la reflexión en el entorno académico.

Conciertos, performances, espectáculos e instalaciones multimediales se podrán disfrutar en el *Ignite Fest* desde las 4:00 p.m. y hasta la 1:00 a.m. Además, del show central con *My Artificial Muse* el festival tendrá invitados como Fernando Sierra (Don Elvis), Jorge Barco, Dj FAFO (David Torres) y Polybius FM.

Así mismo, el público asistente podrá disfrutar en esta noche de un **Media Lumens y del proyecto del CORExperience**, una experiencia social y participativa que se convertirá en el primer experimento MP3 en Colombia, ya llevado a cabo en grandes ciudades como Nueva York.

Los eventos son con entrada libre para todo público. Para el Festival *Ignite* se debe realizar inscripción para ingreso después de las 8:00 p.m. y máximo hasta las 10:00 p.m. al campus en <http://bit.ly/RegistroIGNITE2018>. Se debe presentar documento de identidad original para ingresar al campus de la UPB.

#### Contacto:

César Alejandro Buritica Arbeláez | Coordinador de Medios y Prensa |  
Universidad Pontificia Bolivariana | +57(4) 354 45 44 Ext. 10827 | Celular: 300 399 78 64  
[cesar.buritica@upb.edu.co](mailto:cesar.buritica@upb.edu.co) | [www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)

Karen Susana Arenas Arango | Coordinadora de Extensión Cultural y Comunicaciones |  
Sistema de Bibliotecas | Universidad Pontificia Bolivariana | Tel: +57(4) 448 83 88 Ext. 15612 | Celular: 301 2062038

## Comunicado de prensa "Arte que integra inteligencia artificial y gravedad cero".



## Colombia Travel Expo 2018 contó con 8.530 visitantes y sentó las bases para un buen año del sector Turismo



**Medellín, Antioquia, 10 de septiembre de 2018.**—Colombia Travel Expo 2018, la plataforma más completa del sector turismo, cerró este sábado con un balance de 8.530 visitantes, los cuales se encontraron con 224 expositores de diferentes ofertas turísticas en el país, rueda de negocios y un salón del conocimiento con una diversa oferta de conferencias y conversatorios.

Durante los 3 días de feria, los consumidores frecuentes de viajes y turismo, los compradores especializados y los compradores empresariales o por volumen, pudieron conocer la oferta, recibir propuestas especiales de los expositores, comprar a precios diferenciales y generar negocios que aporten al desarrollo turístico del país.

Mediante una agenda concertada, la Rueda de Negocios logró cerca de 2.486 encuentros empresariales y comerciales con 125 compradores de viajes y turismo nacionales e internacionales de países como México, Ecuador, Perú, España, República Dominicana y Panamá. A diferencia del año anterior, la rueda de negocios se concretó durante dos días y se registraron \$15.282.330 millones de pesos en expectativas de negocios durante Colombia Travel Expo 2018.



"Logramos estrechar la relación entre la oferta y la demanda del sector turismo, generar oportunidades de negocio y **Networking**. En esta versión impulsamos el emprendimiento, la innovación y la construcción de productos y servicios de la industria en el país" afirma Johana Andrea Martínez, Directora Ejecutiva de Cotelco, Antioquia. "Tuvimos la oportunidad de cautivar a los viajeros con la riqueza de los seis regiones de Colombia y continuaremos potencializando el turismo del país", enfatiza.

Luego de dos días de negocios y transacciones empresariales, los visitantes a Colombia Travel Expo durante el tercer y último día, fue enfocado a las familias que buscan un próximo destino turístico dentro del territorio nacional. El sábado fue el momento preciso para que las empresas turísticas expositores, lograran cautivar a las personas que se encuentran en la feria para deleitarlos con los diferentes actos culturales de las regiones colombianas.

Cecilia Peña, secretaria de la junta directiva de la corporación Quindío Café y Paisaje, expresa cómo su región y Colombia Travel Expo, le permitieron exaltar las virtudes de su departamento para que los visitantes se interesaran en conocer esta zona. "Venimos representando a 30 empresarios que conforman la cadena productiva del turismo. El café es nuestro mayor representante de nuestra cultura y por eso hemos sido el departamento con mayor interés en la rueda de negocios. Colombia Travel Expo nos abrió la puerta para seguir fomentando el turismo nacional y en especial al eje cafetero y sus alrededores."

### Información de contacto:

**Camilo López Galeano** | Bursón-Marsteller  
[camilo.lopez@bm.com](mailto:camilo.lopez@bm.com) | Celular: 315 671 8845

*Comunicado de prensa "Colombia Travel Expo 2018 contó con 8.530 visitantes y sentó las bases para un buen año del sector Turismo".*



### BCapital, la gran apuesta de Inexmoda para la moda colombiana en Bogotá

- El evento Smart, Fashion and Cool de la capital, se realizará el 17, 18 y 19 de octubre de 2018.
- Este año BCapital se toma el centro de la ciudad de Bogotá, dando lugar a sus diferentes momentos en el Teatro Faenza, Mapa Teatro y Teatro México.
- Jorge Duque y Laura Laurens, respectivamente, estarán encargados de las pasarelas de apertura y cierre de BFashion, el eje de moda del evento.

**Septiembre 2018.** Durante tres días, Bogotá vivirá BCapital, el espacio disruptivo de la moda colombiana, que congrega nuevas formas de expresión, retando las convenciones establecidas y abriendo el diálogo con diferentes formas de pensar, hacer, sentir y vivir la moda, en la búsqueda de conectar al consumidor del Sistema Moda con lo mejor del diseño local.

Para su cuarta edición, el evento vanguardista de Bogotá, organizado por Inexmoda, el Instituto que Conoce, Conecta y Transforma al Sistema Moda en Colombia, se toma el centro de la ciudad, que del 17 al 19 de octubre respirará moda en lugares emblemáticos como el Teatro Faenza, el Teatro México y Mapa Teatro; tres espacios que por su cercanía, le permitirán a los asistentes, apropiarse, disfrutar y vivir el centro de la ciudad de Bogotá.

BCapital, es el punto de confluencia del espíritu vanguardista de los creadores del país y, por extensión, de todo campo creativo que contribuya a fortalecer la sensibilidad hacia la moda. El evento mantiene sus tres ejes fundamentales: BSmart, generando conocimiento a través de conferencias y conversatorios gratuitos; BFashion, visibilizando el talento del diseño colombiano a partir de diversas expresiones de moda; y BCoool, siendo un espacio social y de estilos de vida, con exhibiciones de moda y expresiones artísticas.

Para esta edición, BCapital permitirá reflexionar sobre los vínculos que existen entre moda, saberes y patrimonio; entendiendo que la identidad cultural de Colombia posee una rica oferta de saberes prácticos tradicionales, que han sido continuamente visitados por los diseñadores, para enaltecerlos y preservar la tradición.



Estos vínculos trascienden lo material y fortalecen la idea de comunidad, intercambiando una serie de valores orientados a constituir rasgos de identidad para una moda pensada, diseñada y producida en Colombia para un contexto global.

Para la temporada otoño - invierno 2018/2019, BFashion inicia presentando una colección inspirada en los fenómenos sociales y culturales relacionados con la creación de nuevas tribus que están reagrupándose en la sociedad contemporánea, pasarela a cargo de Jorge Duque, con una propuesta cromática amplia que llenará de riqueza visual la puesta en escena. Por su lado, el cierre de BFashion encuentra su inspiración en la selva colombiana y una tribu indígena Emberá Chamí que allí habita, con la que la diseñadora Laura Laurens, logra un diálogo estético y artesanal, que deja como resultado la colección que estará presentando para el cierre del evento.

Los asistentes a BCoool, disfrutarán de un espacio donde las marcas y los diseñadores presentarán colecciones exclusivas, con exhibiciones de moda que llevarán a las personas a vivir experiencias a través de plataformas novedosas. Adicional a esto, gracias a la gestión entre Inexmoda y ProColombia, se contará con la presencia de compradores calificados, tanto nacionales como internacionales.

Finalmente, BSmart en su búsqueda por la democratización del conocimiento, prepara un espacio dirigido a todos los apasionados del Sistema Moda (estudiantes de diseño, consumidor final y empresarios del sector textil, confección y moda), con conferencias y conversatorios que buscan formar y actualizar bajo la temática de moda, saberes y patrimonio, entendiendo que estos vínculos, trascienden la inspiración e implican reflexionar sobre temas como tradición y modernidad, inclusión social, apropiación cultural, preservación del patrimonio y resignificación.

Este 17, 18 y 19 de octubre, los bogotanos no se podrán perder la experiencia de conocimiento, moda y estilos de vida que se vivirá en BCapital, el evento vanguardista y disruptivo de la moda colombiana.

*Comunicado de prensa "BCapital, la gran apuesta de Inexmoda para la moda colombiana en Bogotá".*



## La Universidad Pontificia Bolivariana inaugura nuevas instalaciones en Bogotá



Carlos Hernando Forero Robayo, secretario de la Asociación Colombiana de Universidades ASCUN; Pbro. Jorge Humberto Páez Piedrahíta, rector de la Pontificia Universidad Javeriana; Pbro. Julio Jairo Ceballos Sepúlveda, rector general de la Universidad Pontificia Bolivariana; Álvaro Gómez, vicerrector académico de la Universidad Pontificia Bolivariana; Pbro. Alberto Prada Saenzgual, rector de la Universidad de La Salle; Miguel Ángel Plaza, director de la Oficina de Infraestructura de la Universidad de La Salle.



Carlos Patiño, director de la UPB Bogotá; Belarmino Beltrán, vicepresidente de Colombia; Pbro. Julio Jairo Ceballos Sepúlveda, rector general de la Universidad Pontificia Bolivariana; Luis Eduardo Gómez Álvarez, vicerrector general de la Universidad Pontificia Bolivariana.



Jorge Alonso Bedoya, rector de la UPB Montería; Raúl Jordán Ballester, rector de la UPB Palmira; Julio Jairo Ceballos, rector general de la UPB; Ricardo Tobón, arzobispo de Medellín; Elkin Álvarez, secretario Conferencia Episcopal; Gustavo Méndez, rector de la UPB Bucaramanga.

Foto boletín “La Universidad Pontificia Bolivariana inaugura nuevas instalaciones en Bogotá”.



## Cultivo sostenible de peces y lechugas en una casa inteligente

- Hidroponía y acuicultura por soluciones sostenibles en producción de alimentos.
- Sistema combinado de producción sostenible de vegetales y peces en la casa inteligente de la UPB.
- Reducción de hasta un 90 % en el consumo de agua de un sistema acuícola y reducción en uso de tierra y consumo de energía.

La Facultad de Ingeniería Mecánica de la Universidad Pontificia Bolivariana desarrolló un proyecto de acuaponía, donde por medio de la colaboración entre plantas y peces, buscan la generación de alimentación y energía sostenible.

La técnica utilizada para el desarrollo del proyecto es la acuaponía, técnica de producción de alimentos que combina las técnicas de hidroponía y acuicultura, donde se cultivan los alimentos sin sustrato o tierra, esto puede ser sobre cualquier superficie como piedras, agua, espuma, entre otros.

Así mismo, dentro del proyecto se utiliza la técnica de acuicultura, entendida como el cultivo de peces en estanque, en la cual puede presentarse una dificultad para cultivar los peces que es la gran cantidad de agua que se usa para mantener el hábitat saludable, por lo que esta técnica se combina con la hidroponía.

Al consumir los alimentos, los peces producen residuos que ensucian el agua, desde el proyecto se busca aprovechar el agua sucia resultante y entregársela a las plantas como forma de alimento.

Con esto se logra obtener el sustrato del que se alimentan las plantas para convertir los nitratos en nitritos, que son parte de los nutrientes que necesitan las plantas para crecer, por su parte, las plantas facilitan la limpieza del agua para volverla a retornar a los peces.

### Proyecto para viviendas

El cultivo de alimentos resultante de la aplicación de la acuaponía es totalmente orgánico, además pueden producirse en sitios pequeños evitando el uso de transporte en largas distancias, lo que permite una producción local con alimentos

frescos que se adquieren fácil y rápidamente. A futuro, estas características podrían convertirse en soluciones para zonas de escasez de alimentos, mala nutrición y contaminación de las aguas.

“Condiciones como el pH, la temperatura, el garantizar una cantidad de nutrientes necesarios para las plantas debieron ser tenidas en cuenta para ejercer un correcto control de los peces, así como la implementación de un sistema de recirculación de aguas y un sistema que permitiera contener a las plantas y los peces. Como referentes se encontraron proyectos solo de hidroponía o acuícolas, además del contacto con empresas y personas que ya tenían experiencia en estos temas”, comentó César Alejandro Isaza, docente investigador de la Facultad de Ingeniería Mecánica de la Universidad Pontificia Bolivariana.

El proyecto apunta a la sostenibilidad con la reducción de:

- Un 80 y 90 % del consumo de agua en un sistema acuícola
- El uso de tierra para cultivo de plantas y el gasto de energía.
- Utilización de estanques resultantes de otros procesos generando una economía circular, la reutilización de productos y la minimización del consumo de materiales nuevos.

El proyecto ya pasó la etapa de operación y se encuentra en la Casa Inteligente, ubicada en el campus de la UPB en Medellín. En estos momentos está en funcionamiento el hábitat a escala de laboratorio y se busca terminar el proyecto a escala real para trasladarlo al corregimiento de La Danta en Sonsón, Antioquia, de la mano del proyecto Taller Integrativo Hábitat Sostenible.

Este proyecto surgió desde el Grupo de investigación en Energía Termodinámica de la UPB, se planteó desde el curso “módulo de ingeniería aplicada” de la carrera de Ingeniería Mecánica.

### Contacto:

César Alejandro Burtica Arbeláez | Coordinador de Medios y Prensa |  
Universidad Pontificia Bolivariana | +57(4) 354 45 44 Ext. 10627 | Celular: 300 300 78 84  
[cesar.burtica@upb.edu.co](mailto:cesar.burtica@upb.edu.co) | [www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)

Comunicado de prensa “Cultivo sostenible de peces y lechugas en una casa inteligente”.



**Agenda de eventos**  
8 al 12 de octubre de 2018

**XXIII Encuentro Internacional de RECLA**

**Fecha:** Pre Encuentro el 9 de octubre. Encuentro del 10 al 12 de octubre de 2018

**Lugar:** Sede central UPB Medellín

**Programa Aula Abierta de arte, cine y cultura | UPB**

Frutos del río Amarillo: tres Augustos, cinco Emperadores, una cultura milenaria.

**Fecha:** Del 9 de octubre al 11 de diciembre de 2018

**Hora:** Martes 6:30 p.m. a 8:00 p.m.

**Lugar:** Auditorio Pío XII, bloque 6. Campus Laureles, Medellín.

**Entrada libre, cupo limitado.**

**Conversatorio "Crisis Militar y Migratoria Colombia-Venezuela"**

**Fecha:** 10 de octubre

**Hora:** de 6 p.m. a 8 p.m.

**Lugar:** UPB Bogotá, sede Edificio Teleskop, Carrera 7 # 33 – 91

**Entrada libre, cupo limitado**

**Feria Arquidiócesis de Medellín 150 años**

**Fecha:** del 12 al 14 de octubre de 2018

**Lugar:** Polideportivo de la UPB, Campus Laureles

**Entrada libre**

*Agenda de eventos de la UPB compartida a periodistas semanalmente.*



### Director del SENA abre encuentro internacional RECLA 2018.

#### “La educación continua y el desarrollo sostenible”

- Director del SENA. Martes, 9 de octubre a las 3:00 p.m. y el secretario de Educación de Medellín, en el Aula Magna de la UPB.
- 12 casos de éxito de experiencias significativas de las Universidades Iberoamericanas.
- La educación continua para el fortalecimiento de la relación Universidad – Empresa – Estado en el desarrollo sostenible de los territorios.

**Medellín, 9 de octubre de 2018.** Del 9 al 12 de octubre de 2018, se realizará en la UPB el XXIII Encuentro Internacional RECLA “La educación continua y el desarrollo sostenible”, un espacio para el relacionamiento y la puesta en común de tendencias mundiales y experiencias sobre innovación educativa y tecnología, y el impacto del vínculo Universidad – Empresa – Estado en el desarrollo sostenible de los territorios.

La primera actividad de RECLA se realizará el 9 de octubre, donde se presentarán una serie de conferencias magistrales fundamentadas en la importancia del sistema de educación superior desde la región, la ciudad y el país. Estas serán presentadas por expertos nacionales como el Ministerio de Educación Nacional de Colombia, el Sistema Nacional de Aprendizaje de Colombia (SENA), en cabeza de su director Carlos Mario Estrada Molina; y la Secretaría de Educación del Municipio de Medellín, que permitirán a los asistentes tener un primer acercamiento a la temática propuesta.

El primer día está dispuesto para que los asistentes al encuentro disfruten de una agenda académica compuesta inicialmente por la conversación que sostendrán los rectores de instituciones de Colombia, Europa y Latinoamérica junto con el Presidente de RECLA en un panel llamado “El papel de educación continua en el nuevo concepto de la universidad”.

En el transcurso de la jornada se presentarán dos conferencias, una nacional y otra internacional donde se tratarán las temáticas de sostenibilidad y ODS así como sostenibilidad y educación. Finalmente, en este día se desarrollarán 3 talleres grupales sobre innovación y sostenibilidad, que brindarán a los asistentes un espacio de inspiración, de *benchmarking* y *gestión*.

En el segundo día de este espacio académico se presentará una conferencia nacional titulada “Territorios socialmente responsables” para tratar la vinculación entre Universidad, Empresa, Estado a través de la Educación Continua. Igualmente, se contará con la muestra de 12 casos de éxito de experiencias significativas de las Universidades Iberoamericanas que participaron en el proceso de selección y fueron favorecidas para la presentación.

Finalmente, el último día permitirá a los participantes realizar un recorrido por las experiencias de innovación educativas y de sostenibilidad más destacadas de la ciudad de Medellín, así mismo, tendrán la posibilidad de participar en un foro para intercambiar ideas y opiniones sobre diversos temas en la alianza Universidad, Empresa, Estado.

## Comunicado de prensa “Director del SENA abre encuentro internacional RECLA 2018. “La educación continua y el desarrollo sostenible”



Acreditación Institucional de Alta Calidad  
Sede Central - Medellín - Ruta No. 22 (Carretera 22) de Medellín 05 2017 - 8410

La Universidad Pontificia Bolivariana, el Departamento Administrativo de Gestión del Riesgo de Desastres (DAGR) y USAID/OFDA, tienen el gusto de invitarle al

## Taller para periodistas sobre Sistema Comando de Incidentes – SCI

Contexto de la herramienta adoptada por Colombia y el papel del oficial de información pública. Actividad realizada en el marco del Séptimo Simulacro Nacional del Respuesta a Emergencias

Jueves, 18 de octubre de 2018 • 9:00 a.m.  
Aula taller, quinto piso, bloque 10B, Campus Laureles, Medellín

Vigilado por Acreditación

Formación integral para la transformación social y humana

www.upb.edu.co

## Invitación a taller para periodistas sobre Sistema Comando de Incidentes – SCI.



## Simulacro de caída de avión en la UPB.

### 7° Simulacro Nacional de Respuesta a Emergencias

- Miércoles, 24 de octubre de 2018 a las 2:00 p.m. Simulacro en UPB.
- Autoridades municipales de gestión del riesgo participarán del simulacro.
- Evento de ejecución, puesta a prueba y evaluación de las capacidades de reacción ante emergencias y desastres.

El próximo miércoles, 24 de octubre a las 2:00 p.m., la Universidad Pontificia Bolivariana realizará un simulacro de respuesta a emergencias. Esta actividad se adelantará en el marco del VII Simulacro Nacional de Respuesta a Emergencias del Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres - SNGRD.

A este simulacro se unirán el Departamento Administrativo para la Gestión del Riesgo de Desastres del Municipio de Medellín – DAGRD; AIRPLAN S.A.S Operadora de aeropuertos Centro Norte de Colombia; Cuerpo de Bomberos Aeronáuticos del Aeropuerto Olaya Herrera; el Comité Alianza SMS de los hangares del Aeropuerto Olaya Herrera; el Grupo de Búsqueda y Rescate Aeronáutico de Colombia – BRAC; la Clínica Universitaria Bolivariana (CUB) y el Hospital Pablo Tobón Uribe (HPTU). De esta forma, la posterior evaluación y toma de correctivos de ciudad y en la UPB será mucho más precisa.

Las entidades encargadas de este simulacro definieron la caída de una aeronave al interior del campus universitario como una acción que pondrá a prueba la capacidad de reacción de parte de las autoridades y del mismo programa de gestión del riesgo de emergencias y desastres de la UPB.

"El Simulacro Nacional es la oportunidad que tienen las instituciones para probar sus planes y mecanismos de coordinación y comunicación para la respuesta, en articulación con el nivel nacional, territorial y comunitario", así lo indica el Sistema Nacional de Gestión del Riesgo de Desastres -SNGRD.

La UPB, como en anteriores ocasiones, hará parte de esta iniciativa nacional de prevención de emergencias y desastres e involucrará a toda su comunidad universitaria: empleados, docentes, estudiantes y en general a todas las personas que estén en el campus el día del simulacro.

Para el Rector General de la Universidad Pontificia Bolivariana, Pbro. Julio Jairo Ceballos Sepúlveda, "este simulacro permitirá evaluarnos, aprender y estar mejor preparados para conservar la seguridad y el bienestar de toda la comunidad universitaria. Al estar la UPB ubicada en una zona de tránsito aéreo y del área de aproximación al Aeropuerto Olaya Herrera, estos ejercicios de simulación son necesarios y hacen parte de nuestro compromiso con los estudiantes, docentes, empleados y con la ciudad realizarlos responsablemente".

#### Sobre el simulacro

La caída de la aeronave será en la cancha de bachillerato del Colegio de la UPB. En esta ocasión se tendrán ocho (8) personas lesionadas. Se va a realizar un trabajo para activar la atención interna, se hará un triaje, se transportarán los heridos al área de concentración de víctimas (ACV). En caso de ser necesario, algunos de los heridos serán transportados en helicópteros del Grupo Alianza que aterrizarán en la cancha del Colegio y serán llevados hasta el Hospital Pablo Tobón Uribe.

La Universidad Pontificia Bolivariana establecerá el Sistema Comando de Incidente (SCI) con el montaje del Puesto de Comando (PC), el Área de Concentración de Víctimas (ACV) y el Área de Espera (E) y se enlazará con las diversas autoridades y entidades que participarán en el simulacro con el fin de poner a prueba y evaluar las capacidades de reacción y atención.

#### Contacto:

César Alejandro Buriticá Arbeláez | Coordinador de Medios y Prensa | Universidad Pontificia Bolivariana +57(4) 354 45 44 Ext. 10827 | Celular: 300 399 78 84  
[cesar.buritica@upb.edu.co](mailto:cesar.buritica@upb.edu.co) [www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)

Comunicado de prensa "Simulacro de caída de avión en la UPB. 7° Simulacro Nacional de Respuesta a Emergencias".

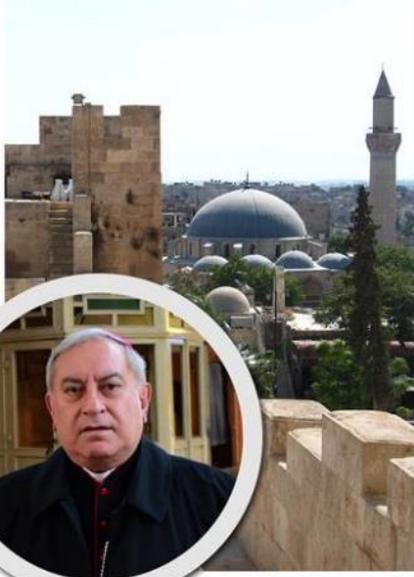


**Universidad Pontificia Bolivariana**

Acreditación Institucional de Alta Calidad  
Sede Central - Medellín - Res. No. 02444 del 22 de febrero de 2017 - 8 años  
Vigencia Posterior



**Ayuda a la Iglesia que Sufre**  
ACN COLOMBIA



## Diálogo con periodistas, análisis libertad religiosa y geopolítica en Siria y América Latina.

**Con Mons. Denys Antoine Chahda**  
Arzobispo Sirio Católico de Alepo - Siria

**Viernes, 2 de noviembre de 2018 - 3:00 p.m.**  
Bloque 9 - Aula 502 – Campus Laureles, Medellín



Formación integral para la transformación social y humana

[www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)

Invitación a Diálogo con periodistas, análisis de libertad religiosa y geopolítica en Siria y América Latina.



## Universidad Pontificia Bolivariana recibe Acreditación de Alta Calidad Multicampus

- Reconocimiento del Ministerio de Educación Nacional a los procesos de calidad y proyección de la UPB en Colombia: Medellín, Bucaramanga, Montería y Palmira.
- Ministerio exalta modelo pedagógico, procesos de mejoramiento continuo, sistema de investigación e innovación y fortalecimiento en infraestructura, entre otros aspectos.

La Universidad Pontificia Bolivariana recibió por parte del Ministerio de Educación Nacional la Acreditación de Alta Calidad Multicampus según la Resolución 017228 del 24 de octubre de 2018 por un periodo de 6 años.

El Ministerio de Educación Nacional exaltó de la Universidad Pontificia Bolivariana que "el modelo pedagógico integrado de la UPB se concibe como una propuesta para la formación de las personas en capacidades humanas desde una visión antropológica, fundamentada en los valores del humanismo cristiano y en las competencias para construir perfiles más humanos, competitivos y productivos, personas capaces de saber actuar en diferentes situaciones y contextos de la vida personal y social".

De igual forma, el Ministerio reconoció los procesos de mejoramiento continuo y acreditación que ha adelantado la UPB, las condiciones institucionales en relación con la planta profesoral, los resultados en las pruebas de las competencias Saber Pro, (las cuales superan el promedio nacional), los grupos de investigación de la Universidad Pontificia Bolivariana, así como su sistema de investigación, transferencia e innovación.

De la UPB, se destacó es este mismo sentido la internacionalización asociada a la capacidad de establecer y mantener relaciones internacionales significativas, el reconocimiento de la comunidad y el apoyo del sector gubernamental y productivo para el desarrollo de actividades que demanda el entorno, las políticas de inclusión que promueven y facilitan la admisión de estudiantes con discapacidades y pertenecientes a las minorías, los adecuados servicios de bienestar universitario, la consolidación de la infraestructura física y tecnológica, la calidad profesional de los egresados, entre otros aspectos.

El Sistema Nacional de Acreditación concibe este reconocimiento Multicampus como el proceso de evaluación que valora la institución como sistema académico integrado, interacción sistémica que permita una visión holística y global de las instituciones de Educación Superior.

Los logros más significativos que alcanza la Universidad Pontificia Bolivariana con esta acreditación multicampus son una mayor unidad de gobierno institucional, más dinamismo en las articulaciones entre las Sede Central y las Seccionales; reconocimiento de las capacidades, fortalezas y oportunidades de mejora de la institución como un todo y mejoramiento de la eficacia y eficiencia institucional.

Para el rector general de la Universidad Pontificia Bolivariana, Pbro. Julio Jairo Ceballos Sepúlveda, "con la acreditación multicampus extendemos el reconocimiento público y social de la Universidad a todos los lugares donde se establece la marca UPB, dando cuenta de nuestra calidad, compromiso y capacidad de mejorar constantemente".

### UPB en Colombia

A diferencia de otro tipo de acreditaciones de alta calidad que otorga el Ministerio de Educación Nacional, estos reconocimientos multicampus dan garantía de que los procesos y el funcionamiento se está realizando bien en todos aquellos lugares del territorio nacional en donde la universidad o la institución acreditada desarrolla programas o proyectos.

Como sede central, la Universidad Pontificia Bolivariana tiene a Medellín. Sus seccionales, tanto Bucaramanga, Montería y Palmira dan cuenta de la proyección nacional, además del impacto académico y brazo más extensivo que llega a lugares como Bogotá y el Eje Cafetero con sus programas de postgrado y a departamentos como el Putumayo, Valle del Cauca y Amazonas con presencia activa a través de la formación de grupos étnicos y diversas comunidades con la Licenciatura en Etnoeducación.

Para el Pbro. Raúl Jordán Balanta, rector de la UPB Seccional Palmira, "la acreditación de alta calidad Multicampus representa un compromiso con el desarrollo humano y científico de la región. Somos una comunidad académica que actúa en coherencia con su filosofía institucional, y con la conciencia social ante los nuevos desafíos que exigen una respuesta interdisciplinaria desde la investigación y la innovación a escala de país".

Por su parte, el Pbro. Jorge Alonso Bedoya Vásquez, rector de la UPB Seccional Montería, añade que "la Acreditación es el reconocimiento a la calidad del trabajo realizado por todo el recurso humano, enmarcado en los procesos de la institución y se refleja en la mejora continua en docencia, investigación y proyección social en la región. Como UPB Colombia asumimos un gran reto".

En ese mismo sentido, el Pbro. Gustavo Méndez Paredes, rector de la UPB Seccional Bucaramanga, reiteró que la acreditación de alta calidad Multicampus significa el reconocimiento público de la calidad y excelencia educativa que imparte la UPB, "es reconocer el gran valor de nuestra Universidad a través de profesionales íntegros con un perfil humano y cristiano quienes con sus capacidades y competencias le aportan al desarrollo del país y del mundo, dejando el alto el sello UPB".

Contacto: César Alejandro Burticá Arbeláez | Coordinador de Medios y Prensa | Universidad Pontificia Bolivariana | +57(4) 354 45 44 Ext. 10627 | Celular: 300 399 78 84  
cesar.burtica@upb.edu.co | www.upb.edu.co

## Comunicado de prensa "Universidad Pontificia Bolivariana recibe Acreditación de Alta Calidad Multicampus".

### COLOMBIA TRANSFORMA MODA

Empresas de moda en Santander mejoran su productividad y potencian su modelo de negocio con programa del PTP e Inexmoda.

- A través de Colombia Transforma Moda, 36 compañías de la región se forman para mejorar sus procesos, aumentar su calidad, producir con mayor valor agregado y aumentar sus ventas.
- El Programa de Transformación Productiva, PTP, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en alianza con Inexmoda, hacen posible este proyecto de transformación empresarial que impacta a 240 empresas en seis regiones del país.

Bucaramanga, noviembre de 2018 (@PTPColombia - @INEXMODA). Buscando fortalecer la industria de la moda del país, trabajando desde las regiones que concentran la producción de textiles y confecciones, el Programa de Transformación Productiva, PTP, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, e Inexmoda, continúan con su programa Colombia Transforma Moda con 240 empresas de Sistema Moda de seis regiones, entre ellas 36 de Santander.

Estas compañías del departamento, en su mayoría de los segmentos vestuario femenino, masculino e infantil, reciben formación para reestructurar y potenciar sus modelos de negocio, desarrollar colecciones, estructurar portafolios de productos de calidad con base en marca propia y aumentar su productividad y ventas.

"Este proyecto es un apoyo bastante importante para empresas que queremos crecer, las capacitaciones me han abierto los ojos para saber que puedo dar mucho más. Esta etapa de formación me ha servido mucho para empezar a explotar las ventas por redes sociales. El próximo año quiero ser una de las empresas elegidas para estar en Colombiamoda, pues mi producto que es ropa para embarazadas tiene un potencial muy importante", afirmó Sandra Milena Rincón de Modas Yoga, empresa de Santander que forma parte del programa, que inició la etapa de formación en agosto pasado, de manera simultánea en Antioquia, Atlántico, Santander, Cundinamarca, el Eje Cafetero y Valle del Cauca.

El programa se adelanta en estas regiones porque concentran el 83% de los centros de producción del sector textil-confección del país. En Santander, según cifras del Dane para 2017, tenía el 1,05% de estos centros. Además, en ese mismo año, según el Observatorio de Moda Inexmoda - Badaa, el gasto de consumo de vestuario en Bucaramanga fue de \$289.901.529.994.

"Sabemos el potencial que tienen estas regiones y la calidad de las empresas, por eso quisimos hacer extensiva la invitación a que participaran en el proyecto. Estamos seguros de que los participantes tienen todo el talento para hacer de Colombia un país referente en temas de competitividad, productividad e innovación", explicó Carlos Eduardo Botero Hoyos, Presidente Ejecutivo de Inexmoda.

inexmoda | 3 años | GOBIERNO DE COLOMBIA

### COLOMBIA TRANSFORMA MODA

Tras la etapa de formación, Colombia Transforma Moda iniciará el próximo año una serie de asesorías personalizadas a 100 de las 240 empresas participantes, de las cuales, 10 contarán con stand comercial en Colombiamoda, la Semana de la Moda de Colombia que se realiza en Medellín.

"Eleva la productividad, la calidad y apostar por productos con alto valor agregado, como una marca propia, es clave para aumentar la competitividad las empresas del sector Sistema Moda, que tiene alto potencial para aprovechar acuerdos comerciales y aumentar sus exportaciones. De hecho, análisis del PTP muestran que las compañías que cuentan con marca propia exportan sus productos hasta a cuatro veces más destinos y con precios hasta 30% superiores a los promedios mundiales", sostuvo Camilo Fernández de Soto, gerente del PTP.

Colombia Transforma Moda es otro de los esfuerzos del Gobierno Nacional, en esta ocasión a través del PTP, en alianza con Inexmoda, que busca elevar la productividad interna de las empresas y ayudarlas a alistarse a ofertar para acceder a más mercados, nacionales e internacionales.

Ya entre 2013 y 2017, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo en alianza con Inexmoda adelantaron el proyecto Encadenamientos Productivos Formales, con el que se impactaron 435 empresas de textil y confecciones de siete departamentos del país.

Para más información ingresa a  
<http://www.saladepresainexmoda.com/>

inexmoda | 3 años | GOBIERNO DE COLOMBIA

## Comunicado de prensa "Empresas de moda en Santander mejoran su productividad y potencian su modelo de negocio con programa del PTP e Inexmoda".

**COLOMBIA  
TRANSFORMA MODA**

**Empresas de moda en Valle del Cauca mejoran su productividad y potencian su modelo de negocio con programa del PTP e Inexmoda**

- A través de Colombia Transforma Moda, 33 compañías de la región se forman para mejorar sus procesos, aumentar su calidad, producir con mayor valor agregado y aumentar sus ventas.
- El Programa de Transformación Productiva, PTP, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, en alianza con Inexmoda, hacen posible este proyecto de transformación empresarial que impacta a 240 empresas en seis regiones del país.

Calli, noviembre de 2018 (@PTPColombia - @INEXMODA). Buscando fortalecer la industria de la moda del país, trabajando desde las regiones que concentran la producción de textiles y confecciones, el Programa de Transformación Productiva, PTP, del Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, e Inexmoda, continúan con su programa Colombia Transforma Moda con 240 empresas de Sistema Moda de seis regiones, entre ellas 33 de Valle del Cauca.

Estas compañías del departamento, en su mayoría de los segmentos vestuario femenino, masculino, infantil y joyería y bisutería, reciben formación para reestructurar y potenciar sus modelos de negocio, desarrollar colecciones, estructurar portafolios de productos de calidad con base en marca propia y aumentar su productividad y ventas.

“Este proyecto me ha parecido sumamente valioso: los temas, los expertos y el orden con el que se ha manejado todo ha sido muy enriquecedor. Nosotros llevamos 15 años en el mercado y más allá de la experiencia que tenemos, muchas cosas que hemos aprendido las estamos implementando. Por ejemplo estamos puliendo aspectos en el desarrollo de colecciones, tenemos una comunicación más acertada y reforzamos nuestro ADN de marca. Además el compartir con otros empresarios es muy productivo porque podemos ver cómo está el sector y acercarnos a aliados estratégicos”, afirmó Margarita Mesa Restrepo, de Renata Lozano, empresa del Valle que forma parte del programa, que inició la etapa de formación en agosto pasado, de manera simultánea en Antioquia, Atlántico, Santander, Cundinamarca, el Eje Cafetero y Valle del Cauca.

El programa se adelanta en estas regiones porque concentran el 83% de los centros de producción del sector textil-confección del país. En el Valle del Cauca, según cifras del Dane para 2017, tenía el 13,8% de estos centros. Además, en ese mismo año, según el Observatorio de Moda Inexmoda – Radidar, el gasto de consumo de vestuario en Cali fue de \$783.692.632.733.

“Sabemos el potencial que tienen estas regiones y la calidad de las empresas, por eso quisimos hacer extensiva la invitación a que participaran en el proyecto. Estamos seguros de que los participantes tienen todo el talento para hacer de Colombia un país referente

**COLOMBIA  
TRANSFORMA MODA**

en temas de competitividad, productividad e innovación”, explicó Carlos Eduardo Botero Hoyos, Presidente Ejecutivo de Inexmoda.

Tras la etapa de formación, Colombia Transforma Moda iniciará el próximo año una serie de asesorías personalizadas a 100 de las 240 empresas participantes, de las cuales, 10 contarán con stand comercial en Colombiamoda, la Semana de la Moda de Colombia que se realiza en Medellín.

“Eleva la productividad, la calidad y apostar por productos con alto valor agregado, como una marca propia, es clave para aumentar la competitividad las empresas del sector Sistema Moda, que tiene alto potencial para aprovechar acuerdos comerciales y aumentar sus exportaciones. De hecho, análisis del PTP muestran que las compañías que cuentan con marca propia exportan sus productos hasta a cuatro veces más destinos y con precios hasta 30% superiores a los promedios mundiales”, sostuvo Camilo Fernández de Soto, gerente del PTP.

Colombia Transforma Moda es otro de los esfuerzos del Gobierno Nacional, en esta ocasión a través del PTP, en alianza con Inexmoda, que busca elevar la productividad interna de las empresas y ayudarles a alistar su oferta para acceder a más mercados, nacionales e internacionales.

Ya entre 2013 y 2017, el Ministerio de Comercio Industria y Turismo en alianza con Inexmoda adelantaron el proyecto Encadenamientos Productivos Formales, con el que se impactaron 435 empresas de textil y confecciones de siete departamentos del país.

Para más información ingresa a <http://www.saladeprensainexmoda.com/>

*Comunicado de prensa “Empresas de moda en Valle del Cauca mejoran su productividad y potencian su modelo de negocio con programa del PTP e Inexmoda”.*



### **10 universidades del país competirán en el Grand Prix de Vehículos de Tracción Humana, que se realizará en la UPB**

- La Universidad Pontificia Bolivariana será la sede de la VIII Competencia Nacional de Vehículos de Tracción Humana 2018, la cual consta de un circuito de 1 kilómetro, en el que se pondrá a prueba la velocidad y el diseño de los vehículos.
- Así como en los campeonatos de automovilismo, los pilotos disputarán el primer lugar en la pole position del Grand Prix.
- El Campus Laureles de la UPB será el escenario de la competencia, la cual se desarrollará el 15, 16 y 17 de noviembre de 2018.

Estudiantes de ingeniería, de 10 universidades del país, demostrarán en esta competencia la aplicación de los principios de ingeniería en el desarrollo de vehículos de tracción humana, rápidos, eficientes, sustentables y prácticos; a través de su concepción, diseño, fabricación, pruebas de operación y funcionalidad.

En la competencia se llevará a cabo diferentes pruebas para determinar las habilidades y destrezas de cada equipo:

- Jueves, 15 de noviembre: 8:00 a.m. Exhibición del diseño del vehículo.
- Viernes, 16 de noviembre: Pruebas de velocidad femenino y masculino.
- Sábado, 17 de noviembre: 8:00 a.m. a 1:00 p.m. Competencia tipo Grand Prix que se desarrollará en un circuito de 1 km al interior del campus universitario de la UPB.

Los vehículos de tracción humana son un triciclo hecho de aluminio compuesto por un chasis que sujeta una silla de fibra de vidrio. Su estructura está reforzada por dos tubos de aluminio, de dos pulgadas de grosor, que cumplen el papel de jaula antivuelco. Así mismo, cuenta con tracción trasera, con una línea de cadena directa y con acero en la dirección.

La Facultad de Ingeniería Mecánica de la Universidad Pontificia Bolivariana busca con estos eventos acercar y motivar a los estudiantes a que profundicen su aprendizaje por medio de proyectos pertenecientes a las áreas de ciencia, tecnología, ingeniería y matemática. De esta manera, docentes y estudiantes de diferentes programas de la Universidad, se encuentran desarrollando y planeando la estructura de la carrera para lograr ser sede de este evento.

*Comunicado de prensa “10 universidades del país competirán en el Grand Prix de Vehículos de Tracción Humana, que se realizará en la UPB”.*



### “Este cuento no es cuento”: UPB y Envigado por la sana convivencia, salud mental y seguridad pública

- **Viernes 23 de noviembre:** Secretaría de Equidad de Género de Envigado y UPB presentarán resultados del proyecto “Este cuento no es cuento”.
- **Promover la sana convivencia** entre vecinos y familias es el objetivo de este proyecto.
- **Más de 2.000 personas fueron impactadas** en 10 zonas del municipio, y el resultado de este proceso de intervención será **insumo para la construcción de la política pública de equidad de género de Envigado.**

La Secretaría de Equidad de Género del Municipio de Envigado y la Universidad Pontificia Bolivariana presentarán el proyecto “Este cuento no es un cuento”, con el cual se busca la sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres.

El proyecto impactó a **2.000 personas** del municipio en sus dos componentes, los cuales fueron realizados por la UPB:

El primero, consistió en encuestas a mujeres y hombres (420 en total) para establecer la dinámica interna familiar e indagar cómo es la transferencia cultural y el proceso de crianza con el enfoque diferencial que sostiene o perpetúa el sistema patriarcal; la educación sexual a hombres y mujeres, restricciones a hombres y mujeres en aras de sus derechos sexuales y reproductivos; y la eficacia de la administración pública para la gestión de las denuncias de mujeres y hombres que han sido víctimas de violencia.

El segundo, 20 grupos focales en 10 zonas de Envigado para generar procesos de sensibilización y formación en torno a las violencias basadas en género y sus ejes transversales: prevención de las violencias, garantizar derechos sexuales y reproductivos, masculinidades, roles y estereotipos de género en las niñas y niños.

Como producto de estos procesos de intervención se publicará un informe de análisis que dará a conocer datos demográficos del municipio frente a la situación de violencia de género, un análisis del estado de salud mental de la población en la convivencia familiar de la comunidad envigadeña. Estos resultados serán insumo para la construcción de la política pública de equidad de género de Envigado.

La presentación de los resultados del proceso de intervención realizado a través del proyecto “Este cuento no es un cuento” se realizará **este 23 de noviembre a las 4:00 p. m. en la Biblioteca Pública y Parque Cultural Débora Arango** y contará con la participación de la Secretaría de Equidad de Género del municipio, Jenny Andrea Hernández Maya.



### UPB abre las puertas a los estudiantes ‘Generación E’

El Presidente de la República, Iván Duque, y la Ministra de Educación, María Victoria Angulo, lanzaron ‘Generación E’, el nuevo programa de excelencia y acceso a la educación superior.

Para el rector de la Universidad Pontificia Bolivariana, Pbro. Julio Jairo Ceballos Sepúlveda, *“el programa ‘Generación E’ es importante para continuar con el incentivo de que estudiantes con buen nivel académico opten por una educación superior de calidad. Es un reto para las universidades privadas acoger a estos estudiantes, para que sean referentes de la equidad, de un gran trabajo en equipo por la competitividad del país y por la excelencia de nuestros profesionales que serán el futuro de Colombia”.*

*“Abrimos las puertas a los estudiantes Generación E para que vivan la calidad académica de la Universidad Pontificia Bolivariana y el mundo de posibilidades profesionales, personales, investigativas y de gran alegría que le dará a el sello UPB a su paso por la universidad”,* agregó el Rector.

La Universidad Pontificia Bolivariana ha dispuesto de un recurso humano y técnico para acompañar a los estudiantes del programa ‘Generación E’. Este apoyo y orientación se dará a partir del Programa de Permanencia de la Universidad, el cual abarca un acompañamiento académico, social y psicológico de cada uno de los estudiantes ‘Generación E’ que opten por la UPB. Así mismo, la Universidad dispondrá de su Centro de Lenguas para la formación de los estudiantes en segunda lengua, además de los beneficios de manutención y de acompañamiento especial del que dispone la Universidad a través de Bienestar Universitario.

Para el vicerrector académico de la UPB, Álvaro Gómez Fernández, *“la UPB recibe con beneplácito el lanzamiento del programa ‘Generación E’. Para nosotros permitirá ofrecerles a los estudiantes una oferta UPB en Colombia dada nuestra acreditación Multicampus, otorgada recientemente por el Ministerio de Educación Nacional”.*

‘Generación E’ es el nuevo programa que le apunta a la transformación social y el desarrollo de las regiones del país, dando nuevas oportunidades de ingreso a la educación superior de estudiantes con bajos recursos económicos y, además, se enfoca en el fortalecimiento de las instituciones de educación superior públicas.

En el pasado programa SER PILO PAGA, la Universidad Pontificia Bolivariana fue la universidad en Antioquia con mayor número de estudiantes y la tercera en el país.

*Comunicado de prensa “Este cuento no es cuento”: UPB y Envigado por la sana convivencia, salud mental y seguridad pública.*

*Comunicado de prensa “UPB abre las puertas a los estudiantes ‘Generación E’”.*



**El Bulevar: el Mercado de Diseño donde emprendedores se conectarán con el consumidor final**

- La Alcaldía de Medellín e Inexmoda presentan El Bulevar, Mercado de Diseño, un espacio que tiene como objetivo presentar lo mejor del talento local.
- El Bulevar contará con la participación de 19 emprendedores de la ciudad, participantes de Epicá: Reto de Innovación.
- El Bulevar se realizará el 29, 30 de noviembre y 1 de diciembre en Mercado del Río, sede Industriales.

Medellín, noviembre de 2018. La Alcaldía de Medellín e Inexmoda realizarán la primera edición del Bulevar, Mercado de Diseño, espacio en el que 19 marcas de Medellín, presentarán sus propuestas de diseño y tendrán la oportunidad de vender sus productos al consumidor final. Esta será una nueva plataforma que, durante tres días consecutivos, en Mercado del Río, sede Industriales, conectará la moda con los negocios en la ciudad.

Desde el próximo 29 de noviembre y hasta el próximo 1 de diciembre, de 12:00 p.m. a 10:00 p.m., los visitantes al Bulevar tendrán la oportunidad de conocer nuevas propuestas de calzado, cosmética, joyería, marroquinería, beachwear, entre otros, de algunos de los empresarios participantes del proyecto EPICÁ: Reto de Innovación, quienes durante todo el año se capacitaron para dinamizar sus marcas y potenciar sus modelos de negocio. Además, los consumidores presenciarán las vitrinas vivas, otro formato de pasarelas, donde los empresarios podrán mostrar sus propuestas de vestuario los días jueves y viernes a las 6:30 p.m. y sábado a las 4:00 p.m. y 5:30 p.m.

*"En Colombia, específicamente en Medellín, el panorama del emprendimiento es alentador. Sin embargo, es importante que los emprendedores cuenten con canales con los cuales conectarse al consumidor final, por esto Inexmoda y la Alcaldía de Medellín le apuestan a la generación de espacios de conexión como El Bulevar, Mercado de Diseño, para que los emprendedores de la ciudad puedan comercializar sus productos en espacios diferentes",* afirma Leonor Hoyos, directora de conexión Inexmoda.



Algunos de los empresarios que participaron en EPICÁ: Reto de Innovación y que estarán en el Bulevar son: Fe Handbags, New Way Urban, Atravata Swimwear, Aluna Shoes, Glips Cosméticos, Petit Pouppe, Brunna Lingerie, Whish, Tigre de salón, Fokus Green, Vida Mía, entre otras.

**Emprendimiento en el Sistema Moda**

La economía naranja, y la moda dentro de este sistema, necesitan espacios de expresión donde los diseñadores y los emprendedores sepan que pueden contar con un aliado para mostrar su talento. El Sistema Moda siempre ha aportado significativamente en el desarrollo económico y social del país. Según el DANE, durante el 2017, la participación del sector moda en el PIB de la industria fue del 10,36%, generando 615.606 empleos. Esto ha facilitado la creación y el desarrollo de empresas que gracias a sus propuestas de valor hacen que el sector crezca cada vez más.

*"Este tipo de actividades nos motivan a seguir apostándole al emprendimiento en el sector de la moda, estamos seguros que ese camino es uno de los que debe transitar la ciudad para dinamizar la economía, generar empleo y beneficiar muchos ciudadanos que tienen ideas de negocio muy bien estructuradas. Además estos espacios donde confluyen vendedores y compradores son esenciales para el crecimiento comercial de los emprendedores",* destacó María Fernanda Galeano Rojo, secretaria de Desarrollo Económico de la Alcaldía de Medellín.

Inexmoda tiene como interés proporcionar las plataformas de conexión y de transformación de los actores del Sistema Moda para contribuir en el desarrollo del talento. En esta ocasión, los consumidores podrán conectarse con el talento emergente de la ciudad para conocer sus propuestas en un espacio de moda entorno a las propuestas de vestuario, la gastronomía y la música.

Información de prensa de Inexmoda: [saladeprensainexmoda.com](mailto:saladeprensainexmoda.com)

*Comunicado de prensa "El Bulevar: el Mercado de Diseño donde emprendedores se conectarán con el consumidor final".*



**Agencia de Noticias UPB**

>>> Boletín de prensa

**La Universidad Pontificia Bolivariana desarrolla madera plástica con material reciclado**

- El desarrollo e investigación sobre madera plástica, hace parte de la facultad de Ingeniería Mecánica e Industrial de la UPB y el Grupo de Investigación en Nuevos Materiales (GINUMA) en conjunto con la empresa Club Plástico del municipio de Apartadó.
- Materiales como bolsas de recolección de banana, cubya de las bananeras y botellas, son algunos de los elementos que se transforman en madera plástica de insumo para la construcción.
- Entre los objetos que pueden elaborarse con madera plástica, se destacan los estaciones para zonas rurales, casas prefabricadas, senderos, tapas de alcantarillado, estibas para almacenamiento y elementos inmobiliarios.

Docentes y estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana investigan la caracterización mecánica y térmica de la madera plástica con el objetivo de identificar el comportamiento de este material en situaciones de compresión, tensión e intemperie, teniendo en cuenta sus condiciones amigables con el medio ambiente.

La madera plástica está compuesta por materiales poliméricos reciclados, los cuales son fundidos y vaciados en moldes metálicos para generar variedad de piezas que son aptas para la construcción civil. Actualmente, este material es producido por varias empresas del sector, sin embargo y dadas las variaciones del material reciclado, en el mercado nacional aún no se definen con exactitud sus propiedades térmicas y mecánicas. Por tanto, desde el Grupo de Investigación en Nuevos Materiales (GINUMA) de la UPB se pretende establecer dichas características.

Los investigadores reciben el material ya terminado y según la normatividad técnica reglamentaria, seleccionan las muestras que serán usadas para el estudio. La producción de madera plástica causa un impacto social, ambiental y económico en distintos escenarios de recolección, generación y uso.

Los desperdicios que anteriormente se acumulaban, ocasionando perjuicios ambientales, ahora son reciclados por empresas que generan mayores oportunidades de empleo con esta práctica y garantizan nuevos procesos para *"aumentar la utilidad de polímeros derivados del petróleo, es decir, que ya no se*

*Comunicado de prensa "La Universidad Pontificia Bolivariana desarrolla madera plástica con material reciclado".*

*necesita tanto petróleo porque es posible reutilizar los polímeros",* comentó Alexis García, docente e investigador de la Facultad de Ingeniería Mecánica de la UPB.

Estaciones para zonas rurales, casas prefabricadas, senderos, tapas de alcantarillado, estibas para almacenamiento y elementos inmobiliarios son algunos de los objetos que pueden elaborarse con madera plástica: "Son piezas que se podrían hacer en madera, pero ahora solo se usarán polímeros reciclados, se reemplaza la madera por plástico", explicó Alexis García, quien resaltó la importancia de caracterizar este nuevo material considerando la gran variedad de aplicaciones y el aumento en la producción.

Los elementos elaborados con "madera plástica" cumplen con las propiedades de resistencia que garantizan calidad y sostenibilidad. "Los polímeros pueden demorarse más de 150 años en degradarse, los puede atacar el agua, el viento, la temperatura y van a aguantar con mayor capacidad. Además, tienen una muy resistencia al impacto", afirmó el docente García.

El uso de nuevos materiales beneficia significativamente a la industria inmobiliaria y arquitectónica, además los consumidores finales adquieren artículos de mayor vida útil que a largo plazo implicarán una ganancia económica debido a su durabilidad. La "madera plástica" posibilita la creación de múltiples elementos más amigables con el medio ambiente, por tanto, su caracterización permite identificar sus propiedades de manera exacta.

De esta investigación hacen parte cuatro estudiantes de Ingeniería Industrial y cuatro de Ingeniería Mecánica, así como docentes de ambas facultades. El trabajo se ha adelantado con la empresa Club Plástico, en el Municipio de Apartadó.

Contacto:

César Alejandro Burtica Arbeláez | Coordinador de Información y Prensa | Universidad Pontificia Bolivariana | +57(4) 354 45 44 Ext. 10827 | Celular: 300 399 78 84  
[cesar.burtica@upb.edu.co](mailto:cesar.burtica@upb.edu.co) | [www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)



## UPB acoge a los mejores en la noche del 'Deportista del Año 2018'

- El próximo miércoles, 12 de diciembre a las 7:00 p.m., ACORD Antioquia entregará el premio del 'Deportista del Año 2018', en las instalaciones de la UPB Medellín.
- La atleta Catherine Ibarquén, el clavadista Daniel Restrepo García, el boxeador Eleider Álvarez Baytar, los patinadores Pedro Causil Rojas y Fabiana Arias y el futbolista Juan Fernando Quintero son los nominados en la categoría Mejor Deportista del Año.

La Asociación Colombiana de Periodistas Deportivos ACORD Antioquia realizará el próximo miércoles, 12 de diciembre en el Aula Magna Monseñor Manuel José Sierra de la UPB, la ceremonia del 'Deportista del Año 2018', evento en el que se reconocerán los logros y las actuaciones más relevantes de deportistas, técnicos, dirigentes, jueces y organizaciones deportivas de Antioquia en este año.

ACORD Antioquia realiza este evento hace 37 años, reconociendo los valores de la comunidad deportiva antioqueña, mediante la entrega de distinciones y reconocimientos, otorgados por la votación de 107 periodistas deportivos afiliados a la entidad.

"En la UPB acogemos con alegría y gratitud este evento. Entendemos esta noche de los mejores como un homenaje al deporte, a la disciplina, a la dedicación y a la exaltación de nuestros colores y esencia antioqueña. Que este evento se realice en una universidad como la UPB es muestra de la fraterna relación que debe haber entre educación y el deporte", comenta el Rector General de la Universidad Pontificia Bolivariana, Presbítero Julio Jairo Ceballos Sepúlveda.

### UPB, universidad del deporte

La Universidad Pontificia Bolivariana ha enfocado parte de su fortaleza y solidez académica e investigativa en el deporte. Una universidad que desde su riqueza de saberes cuenta con el talento humano y las competencias y voluntad administrativa para apostarle a la transformación social y humana.

En el marco de esta iniciativa, la Universidad Pontificia Bolivariana dispone del programa de flexibilidad curricular para deportistas olímpicos y de alto rendimiento.

De este programa ya hacen parte los estudiantes y deportistas Jorge la "Trucha" Murillo y el medallista de bronce de BMX en Río 2016, Carlos Ramírez.

Así mismo, la UPB entiende como esencial y fiel a su consigna académica, que el deporte concierne dimensiones de conocimiento, análisis y reflexión, es así como a través de foros, congresos y una oferta académica específica, se ha logrado cohesionar el diálogo deportivo con altura, profundidad y, sobre todo, a través de la experiencia.

De estas iniciativas han surgido diplomaturas como Periodismo Deportivo, liderada por Juan Guillermo Montoya, y en Fútbol Moderno, por el periodista Wbeimar Muñoz Ceballos, además del concurso de Literatura y fútbol con la Editorial de la UPB.

De igual forma, la ciencia y el deporte deben sumar y complementar esfuerzos para lograr importantes avances, es así como la UPB ha emprendido la aventura de algunos proyectos como la investigación y desarrollo para el mejoramiento del marco de la bicicleta con el que Mariana Pajón compitió en los Juegos Olímpicos de Río 2016, análisis ergonómico y desarrollo interior del bus institucional del equipo profesional de fútbol Deportivo Independiente Medellín; proyecto "Aramara", diseño incluyente que fue desarrollado desde el campo industrial y el vestuario para deportistas de voleibol que han perdido una de sus piernas, entre otros proyectos.

La Universidad Pontificia Bolivariana, mediante el Programa UPB, universidad del deporte para el desarrollo, pretende irradiar al mundo deportivo local, nacional e internacional, una visión humanista donde el cuidado de sí y el encuentro con el rostro desde la lúdica del deporte, se construye sentido humano y se propende por un liderazgo humano.

## Comunicado de prensa "UPB acoge a los mejores en la noche del 'Deportista del Año 2018'.

22 A 24 DE ENERO  
COLOMBIATEX  
DE LAS AMÉRICAS  
2019  
CONECTA  
SABERES  
Inexmoda |

### Colombiatex de las Américas impulsará los negocios del sector Textil-Confección durante el 2019

- Del 22 al 24 de enero de 2019, el sector Textil-Confección será el protagonista de la Feria que, con 30 años de trayectoria, realiza la muestra comercial más importante del continente.
- Cerca de 600 marcas nacionales e internacionales se conectarán en el recinto ferial Plaza Mayor en Medellín, en un espacio de 10.400 metros<sup>2</sup> de exhibición comercial, que recibirá aproximadamente 14.800 compradores de 60 países.
- Con una invitación a "Conectar Saberes", esta nueva edición de la Feria potenciará el dinamismo del sector a través de sus ejes: negocios, moda y conocimiento.
- A pesar de la incertidumbre económica y política del 2018, la producción textil y de confecciones se ha incrementado debido al índice de confianza de los empresarios, generando mayores expectativas de producción e incrementos en los pedidos.

Diciembre 2018, Inexmoda y su feria Colombiatex de las Américas dinamizarán los negocios del sector Textil-Confección en el primer semestre del 2019. Para su edición número 31, más de 600 expositores nacionales e internacionales, afianzarán sus relaciones comerciales con más de 14.800 compradores de toda la región, en torno a textiles, insumos, químicos, maquinaria y soluciones especializadas de la industria de la moda. Así mismo, Inexmoda invitará a los actores más importantes de este sector a "Conectar Saberes" a través de su Foro de Tendencias y el Pabellón de Conocimiento Inexmoda-UPB.

El 2018 ha sido un año de transformación para la economía colombiana pues el panorama político y económico del país ha marcado la agenda de negocios. Según cifras del Banco Mundial, el 2017 fue un año retador para todas las industrias, pues el crecimiento del PIB fue del 1,8%, cifra que ha ascendido al 2,6% en el año en curso y que se proyecta en 3,2% para el 2019, generado así nuevas oportunidades de crecimiento para el mercado. El panorama de crecimiento no ha sido ajeno al Sector Textil-Confección, pues a septiembre del presente año las exportaciones acumulan negocios por más de USD 546 millones, evidenciando un incremento del 5,3% para los textiles, y del 8% para las confecciones, en comparación al mes de septiembre del 2017 según cifras del Departamento Administrativo Nacional de Estadística.

"En lo corrido del año, la industria ha aumentado satisfactoriamente en su producción un 2,5% en hilatura, tejertería y acabado de productos textiles, y un 0,7% en producción de prendas de vestir, esto se debe a un incremento de confianza por parte de la industria en el sector, puesto que se presentan mayores expectativas de producción y un incremento en la demanda según el DANE. El crecimiento previsto para este año es

22 A 24 DE ENERO  
COLOMBIATEX  
DE LAS AMÉRICAS  
2019  
CONECTA  
SABERES  
Inexmoda |

prometedor, pero obliga a la transformación de la oferta, ya que nuevas formas de comercio nos están abriendo una ventana al mercado internacional. Colombiatex de las Américas es un espacio propicio para la expansión de la oferta del sector Textil-Confección de la región y permite dar un paso adelante en nuevas tecnologías para el crecimiento de la participación comercial en el mercado internacional" aseguró Carlos Eduardo Botero Hoyos, Presidente Ejecutivo de Inexmoda.

En su edición número 31, Colombiatex de las Américas contará con una plataforma de citas anticipadas, herramienta que, por primera vez en la Feria, permitirá a los empresarios asistentes agendar citas de negocios a través de una herramienta bidireccional en la que tanto expositores como compradores podrán buscar citas que posibilitarán encuentros de negocios más efectivos. Por su parte, se contará con la ruta de la sostenibilidad, iniciativa que destacará las mejores prácticas de aproximadamente 20 expositores de la Feria, por sus aportes sostenibles en el medio ambiente, la sociedad y la economía. Adicionalmente, con el ánimo de incentivar la producción local y favorecer a los empresarios colombianos, las marcas cuya fabricación sea 100% colombiana, contarán con un sello distintivo de Origen Colombia.

Desde el eje de moda, los más de 22.000 visitantes encontrarán el Foro de Tendencias, un espacio que proporcionará información de tendencias de moda para los textiles, insumos y color para la temporada Primavera Verano 2019. Igualmente, el miércoles 23 de enero, el "Denim Day" invitará a los consumidores de este importante producto, a vestirse con su mejor look de índigo en homenaje a esta categoría, de alta importancia en el mundo de la moda.

Finalmente, y como espacio de actualización y conocimiento, la Feria abre nuevamente el Pabellón del Conocimiento Inexmoda-UPB, un ambiente que se ha consolidado como un referente nacional de la actualización del sector. Este año, el eje de conocimiento contará con cerca de 20 conferencias y 8 talleres entorno a la Moda 4.0 y la Economía Naranja, impactando así a cerca de 8.000 visitantes presenciales y 5.000 espectadores conectados vía streaming.

Entre los días 22 y 24 de enero de 2019, los principales representantes del Sistema Moda se reunirán en Colombiatex de las Américas para fortalecer el sector, posicionar sus marcas y conectarse para continuar impactando y dinamizando los negocios de esta industria. Durante tres días consecutivos, los negocios del sector Textil-Confección serán los protagonistas, gracias a Inexmoda y a sus aliados estratégicos: la Alcaldía de Medellín, ProColombia, la Universidad Pontificia Bolivariana y Telemédellín.

Conozca toda la información de prensa de Inexmoda:  
[saladeprensainexmoda.com](http://saladeprensainexmoda.com)

## Comunicado de prensa "Colombiatex de las Américas impulsará los negocios del sector Textil – Confección durante el 2019".



### 66 periodistas y comunicadores del Club de la Prensa de Medellín se graduaron en Comunicación Digital

- ✓ La formación académica fue realizada gracias a la alianza con la Facultad de Comunicación Social- Periodismo de la UPB y Formación Continua de la Universidad Pontificia de Bolivariana.
- ✓ Son 16 los diplomados gratuitos para sus socios que ha realizado en 15 años el Club de Prensa de Medellín.
- ✓ Una Diplomatura para encontrar nuevas formas de narrar en el oficio del periodismo y la comunicación.

**Medellín, 17 de diciembre de 2018.** Este sábado 15 de diciembre se realizó la ceremonia de graduación de 66 periodistas y comunicadores del Club de la Prensa de Medellín en la diplomatura **"Comunicación Digital"**, gracias a la alianza con la Facultad de Comunicación Social- Periodismo y Formación Continua de la Universidad Pontificia de Bolivariana.

La diplomatura inició el 1 de septiembre de 2018 y tuvo como principal objetivo fortalecer en los integrantes del Club de la Prensa los conocimientos teóricos y prácticos sobre comunicación y periodismo digital. Asimismo, reflexionar sobre las tendencias, prácticas y transformaciones de la comunicación digital en el profesional de comunicación y periodismo.

Destacados docentes e investigadores impartieron conocimientos sobre la comunicación en la era digital y la sociedad hiperconectada, la frontera entre la privacidad y lo público en internet, el rol del periodista en la web, maneras de contar en internet y economía digital.

Para hacer posible esta capacitación, que se ofreció de manera gratuita a los periodistas y comunicadores del Club de la Prensa de Medellín, se contó con aliados estratégicos como Positiva y La Nueva EPS, el Área Metropolitana del Valle de Aburrá y la Universidad Pontificia Bolivariana.

"Esta diplomatura permitió comprender entre otros temas que los comunicadores y periodistas tenemos muchos retos para encontrar nuevas formas de narrar, que hoy la comunicación es disruptiva, creativa, experimenta, rompe esquemas y es



multimodal. Hoy encontramos con mayor énfasis que la gente quiere verse, leerse, oírse, es decir, ser comunicadores, como lo dice Joan Ferrés, en su libro Educar en la Cultura del Espectáculo. Comunicamos hoy en medio de una cultura del espectáculo: la de la fascinación de lo sensorial, la de la saturación de estímulos, la de la potenciación de lo narrativo y dinámico", dijo Berenice García Duque, presidenta del Club de la Prensa de Medellín.

"Sabemos que la credibilidad del periodismo está en crisis, pero también corroboramos que este es un ejercicio fundamental para la democracia y que debemos encontrar nuevas narrativas para hacer más apasionante y responsable nuestro oficio", insistió la periodista García Duque.

Para María Victoria Pabón, directora de la Facultad de Comunicación Social-Periodismo es importante recordar que "en la academia estamos para reflexionar, para discutir, para hacernos muchas preguntas, para generar inquietudes y para tener criterio. Las tecnologías van a cambiar, las sociedades siempre van a cambiar producto de estas tecnologías y de las interacciones que se derivan de ellas, y lo más importante es que tengamos criterio frente a ellas. ¿Qué hacer con ellas? ¿Qué nos permite de bueno y qué nos permite de malo? Asuntos de importante reflexión para periodistas y comunicadores".

#### Sobre El Club de la Prensa de Medellín

El Club de la Prensa de Medellín nació el 23 de agosto de 2003 con cerca de 50 periodistas en ejercicio. Su objetivo fue desde el comienzo contribuir con el mejoramiento de la calidad de vida y profesionalización de sus socios a través de actividades académicas. Hasta el momento ha realizado 15 diplomaturas en alianza con reconocidas universidades públicas y privadas. El Hotel Dann Carlton Medellín, es la casa del Club desde su nacimiento. El Club de Prensa cuenta con el apoyo y compromiso de entidades y empresas para cumplir su misión y así servir a los 190 profesionales de diferentes medios de comunicación que son sus socios.

#### Contacto de Prensa

**Club de la Prensa**  
3164844078  
[elclubdelaprensa@gmail.com](mailto:elclubdelaprensa@gmail.com)  
Twitter: @elclubdeprensa

César Alejandro Burticá Arbeláez | Coordinador de Información y Prensa |  
Universidad Pontificia Bolivariana | +57(4) 354 45 44 Ext. 10827 | Celular: 300 399 78 64  
[cesar.burtica@upb.edu.co](mailto:cesar.burtica@upb.edu.co) | [www.upb.edu.co](http://www.upb.edu.co)

## Comunicado de prensa "66 periodistas y comunicadores del Club de la Prensa de Medellín se graduaron en Comunicación Digital".

### Videocomunicado Colombiatex de las Américas 2019

A cierre del año, Inexmoda tiene todo listo para su feria **Colombiatex de las Américas 2019**, el encuentro de negocios de la industria Textil - Confección de América Latina.

Cerca de **600 marcas nacionales e internacionales** tendrán la oportunidad de participar y aprovechar las novedades que traerá **Colombiatex de las Américas 2019** como la **plataforma de citas anticipadas, la ruta de la sostenibilidad y la segunda edición de mercado gráfico.**

Carlos Eduardo Botero, presidente de Inexmoda, destaca en el siguiente video la manera en la que se desarrollará la **Feria del 22 al 24 de enero de 2019** en Plaza Mayor Medellín.

Este archivo audiovisual es de uso periodístico.



[Si desea acceder al video, haga clic sobre la imagen.](#)

## Videocomunicado Colombiatex de las Américas 2019.

#### El Pabellón del Conocimiento Inexmoda - UPB “conectará saberes” durante Colombiatex de las Américas 2019

- Entre el 22 y el 24 de enero, el Pabellón del Conocimiento Inexmoda - UPB ofrecerá alrededor de 20 conferencias y 8 talleres, en el Teatro Metropolitano de Medellín.
- Durante el evento, las temáticas a abordar serán Industrias 4.0 y la economía naranja.
- El espacio académico y de actualización reunirá cerca de 8 mil asistentes y 5 mil personas conectadas vía *streaming*.

**Enero de 2019.** Más de 13.000 empresarios, diseñadores, estudiantes y apasionados por la moda se capacitarán y actualizarán, presencialmente y virtualmente, en el Pabellón del Conocimiento Inexmoda - UPB, en el marco de Colombiatex de las Américas 2019. Desde del 22 y hasta el 24 de enero, los visitantes podrán asistir de manera gratuita a este espacio que presentará las diferentes perspectivas y análisis de reconocidos expertos de la industria de la moda.

Este año, la invitación de Inexmoda es conectar saberes en torno a las industrias 4.0 y la economía naranja, pues la industria se encuentra en un cambio de paradigma de los sistemas productivos donde los datos y el desarrollo tecnológico y digital son los protagonistas.

En conjunto con la Universidad Pontificia Bolivariana, se ofrecerán alrededor de 20 conferencias y 8 talleres en torno a la moda 4.0 y su interacción con la cadena productiva, de distribución y el comportamiento del consumidor. Además, se expondrán las oportunidades que la economía naranja genera para el Sistema Moda, en torno a los productos y servicios de diseñadores y creativos. El Pabellón del Conocimiento Inexmoda - UPB permitirá la interacción entre los actores más importantes del Sistema Moda con las industrias creativas, a través del “saber” y la cultura.

*“En esta edición del Pabellón del Conocimiento Inexmoda - UPB presentaremos dos ejes temáticos: en el primero veremos cómo las nuevas tecnologías han impactado las industrias, obligándolas a adaptarse a una nueva realidad que implica la generación permanente de experiencias al consumidor. En la segunda, exploraremos cómo el Sistema Moda vive en constante cambio, haciendo que sus actores vean la creatividad como uno de los activos más importantes de las*

*empresas, además de ser un pilar fundamental para la innovación”,* afirma Lorenzo Velasquez, director de Transformación y Conocimiento de Inexmoda.

A partir del martes 22 de enero, la moda 4.0 será tema central del Pabellón del Conocimiento Inexmoda - UPB y abordará temas como *blockchain*, inteligencia artificial, realidad virtual, realidades mixtas y la generación de experiencias. Contará con conferencias destacadas como ‘Your company doesn’t need a digital strategy’ (Tu compañía no necesita una estrategia digital), dictada por George Westerman, Investigador Principal de la iniciativa de Economía Digital del MIT Sloan. Además, se presentarán las ‘Tendencias visionarias Otoño Invierno 2020’, conferencia dictada por Lily Berelovich, fundadora y propietaria de Fashion Snoops, compañía aliada a Inexmoda, dedicada al pronóstico de tendencias.

Durante el segundo día de feria se tendrán conferencias en torno a economía naranja, la propiedad intelectual, las industrias creativas, la cultura y la transformación social, las políticas públicas y las realidades de la economía naranja. Felipe Buitrago, Director de Gobierno y Áreas Estratégicas, ofrecerá un acercamiento a la economía naranja. Adicionalmente, Camilo Herrera, presidente de Radar Consumer Knowledge Group, compañía dedicada a la investigación y análisis sobre el comportamiento del consumidor en Colombia y el mundo, en su conferencia ‘La magia no existe’ abordará las realidades de la economía naranja, lo que le ha pasado a la industria de la moda en Colombia y el nuevo nivel que las marcas deben tener.

Por último, el día jueves 24 en los Salones de Comisiones de Plaza Mayor, tendrán lugar los talleres con cupos limitados donde los asistentes adquirirán conocimiento de forma más técnica sobre la identificación de fibras, acabados textiles, entre otros.

Inexmoda y la Universidad Pontificia Bolivariana, invitan a los apasionados del Sistema Moda a este espacio de entrada libre, en el que se espera reunir aproximadamente a 8 mil personas y más de 5 mil personas conectadas vía *streaming* en [www.colombiatex.com](http://www.colombiatex.com). De esta manera, el Pabellón del Conocimiento Inexmoda - UPB abrirá la agenda académica de Colombiatex de las Américas y brindará las bases para la toma de decisiones en este nuevo año que viene acompañado de diferentes retos.

Conozca toda la información de prensa de Inexmoda: [saladeprensainexmoda.com](http://saladeprensainexmoda.com)

*Comunicado de prensa “El Pabellón del Conocimiento Inexmoda – UPB “conectará saberes” durante Colombiatex de las Américas 2019”.*

ANEXO C. Publicaciones destacadas obtenidas por los clientes, luego del seguimiento de la información y convocatoria a periodistas.



Percibir el mundo a través de la tecnología, ellos son los 'cyborgs' y están en Medellín.  
Medio: Caracol TV  
Fecha: 15 de agosto



Elementos cibernéticos implantados en el cuerpo  
Medio: El Tiempo  
Fecha: 15 de agosto



Clínica Bolivariana recibió el certificado de Hospital Universitario  
Medio: Telemedellín  
Fecha: 7 de septiembre

# Cyborgs en Medellín

MOON, NEIL Y MANEL, TRES JÓVENES QUE POTENCIAN SUS SENTIDOS.



**LA FRASE**  
"Somos artistas porque creamos reacciones propias; experimentamos, nos equivocamos, nos equivocamos, nos equivocamos, nos equivocamos"  
- Neil deGrasse Tyson

Los fundadores de 'Cyborg Pioneros', una organización sin ánimo de lucro que ayuda a personas interesadas en desarrollar sus capacidades tecnológicas o, como dice el lema, 'hacerse'.  
La comunidad y los grupos de exploración al mundo de manera más interactiva son lo que lleva a miembros activos, como se puede apreciar, a realizar sus proyectos.  
"El estado actual de tecnología y qué parte del mundo se está moviendo hacia una mayor integración" dice Neil deGrasse Tyson.

La tecnología ha estado desde siempre en la vida de las personas, volviéndose casi imperceptible, pero gafas, marcapulsos o pulseras de ritmo son cosas del común, pero cuando se habla de sensores en el cuerpo, o sensores en el cuerpo o sensores en el cuerpo o sensores en el cuerpo, como se puede apreciar, a realizar sus proyectos.

Neil deGrasse Tyson y Neil deGrasse Tyson son los tres jóvenes que desarrollan proyectos que ayudan y conectan al mundo de una manera más profunda por medio de sus proyectos tecnológicos.

Los proyectos se realizan como 'cyborgs' y se pasan detalles de una parte de nuestra función, se encuentran en Medellín, creando sus experiencias.

Los proyectos que están 'cyborgs' como implementos en que nuestro cuerpo puede interactuar con dispositivos y sensores diferentes convirtiéndose en 'Cyborg Pioneros'.

Neil puede sentir colores, olores e incluso, vibraciones y distorsiones gracias a su sistema.

Cyborgs en Medellín  
Medio: ADN Medellín  
Fecha: 15 de agosto



SALUD NOTICIA

## Medellín tiene un nuevo hospital universitario

La clínica UPB, en la que cada año se realizan 3.500 prácticas del área de salud, recibió el aval del Ministerio de Salud.

Por VALENTINA HERRERA CARDONA

Tras la certificación de la Clínica Universitaria Bolivariana como hospital universitario, Medellín suma cuatro espacios como estos que le permiten contar con

la formación de profesionales. Es una inversión de valor social: poder brindarles espacios de práctica a los futuros líderes de la salud en la región", explicó Uribe.

Por su parte, Carlos Alberto Restrepo Molina, director de la

como gestionar proyectos de investigación, desarrollo científico y transferencia de conocimiento, este último a través de la Dirección Clínica, una unidad creada como parte de los requisitos para aspirar a la certificación.

En la clínica, con sede en el barrio Robledo, trabajan cinco grupos de investigación avalados por Colciencias. Foto COPIEMA

Medellín tiene un nuevo hospital universitario  
Medio: El Colombiano  
Fecha: 8 de septiembre

## UPB TIENE HOSPITAL UNIVERSITARIO

El Ministerio de Salud y Protección Social le entregó ayer a la Clínica Universitaria Bolivariana la certificación como Hospital Universitario, la máxima distinción para un centro hospitalario en el país y que solo ostentan 13 IPS. En esta clínica se realizan 3.500 prácticas académicas al año, hay 147 profesionales docentes y se desarrollan 70 actividades investigativas anuales.

UPB tiene Hospital Universitario  
Medio: El Tiempo  
Fecha: 8 de septiembre

---

## Festival nocturno Ignite en la UPB

**MEDELLÍN.** En el cierre de la Escuela de Verano UPB 2018, hoy se realizará el 'Festival nocturno Ignite' que se hará desde las 4:00 p.m. y hasta la 1:00 a.m., con conciertos, espectáculos e instalaciones multimediales. Entrada libre, con previa inscripción en <http://bit.ly/RegistroIGNITE2018>.

Festival nocturno Ignite en la UPB  
Medio: ADN Medellín  
Fecha: 31 de agosto



2 mil encuentros empresariales en  
Colombia Travel Expo 2018  
Medio: Teleantioquia  
Fecha: 29 de agosto

**TURISMO****COLOMBIA TRAVEL EXPO CONTÓ CON 8.530 ASISTENTES**

El evento, considerado como una de las plataformas más importantes del turismo en Colombia, cerró con un balance positivo de 8.530 visitantes, y expectativas de negocio por 15 mil millones de pesos, gracias a que 2.486 encuentros empresariales tuvieron lugar en Medellín.

Colombia Travel Expo contó con 8.530 asistentes  
Medio: El Colombiano  
Fecha: 13 de septiembre de 2018

**Más de 8.000 personas asistieron a evento de turismo en Medellín**

Durante tres días, Colombia Travel Expo 2018 reunió las mejores propuestas del sector.

Comentar

Facebook 18

Twitter

Guardar

Enviar

Google+

LinkedIn

**Periódico**  
Reservados todos los derechos. No se permite la explotación económica ni la transformación de esta obra. Queda permitida la impresión en su totalidad.

**RELACIONADOS: MEDELLÍN TURISMO EN ANTIOQUIA**

**Por: Medellín** 11 de septiembre 2018, 07:28 a.m.

Durante tres días, consumidores frecuentes de viajes y turismo, compradores especializados y compradores empresariales, pudieron conocer la oferta, recibir propuestas especiales de los expositores, compare a precios diferenciados y generar negocios que aporten al desarrollo turístico del país.

Esto gracias a Colombia Travel Expo 2018, considerada la **plataforma más completa del sector turismo**, que se realizó del 9 al 11 de septiembre en el hotel Intercontinental de la capital antioqueña.

Si bien la expectativa era recibir cerca de 10.000 asistentes, los gestores del evento indicaron que la feria cerró con un balance de 8.530 visitantes, que se encontraron con 234 expositores de diferentes ofertas turísticas en el país, rueda de negocios y un salón del conocimiento con una diversa oferta de conferencias y congresos.

Johana Andrea Martínez, directora Ejecutiva de Cámara Antioqueña indicó que a diferencia del año anterior, la rueda de negocios se concretó durante dos días y se registraron más de 15.300 millones de pesos en expectativas de negocios durante el evento.

**“Logramos estrechar la relación entre la oferta y la demanda del sector turismo, generar oportunidades de negocio y Networking”**

Más de 8.000 personas asistieron a evento de turismo en Medellín  
Medio: El Tiempo  
Fecha: 11 de septiembre



Se espera hacer negocios por más de US\$250 millones en feria internacional de construcción  
 Medio: Listín Diario República Dominicana  
 Fecha: 22 de agosto



Exportaciones crecieron  
 Medio: Telemedellin  
 Fecha: 23 de agosto

### Más de 32 países buscan insumos en Colombia

Expocamaacol, en Medellín, reunirá 200 compradores del mundo.



Más de 32 países buscan insumos en Colombia  
 Medio: El Tiempo  
 Fecha: 10 de agosto

## EN BREVE

### UPB inaugura una sede en Bogotá

**MEDELLÍN.** La instalación está ubicada en la Torre Teleskop sobre la tradicional carrera séptima. Allí se ofrecerán siete programas de posgrado acordes a las necesidades educativas de la capital colombiana.

UPB inaugura una sede en Bogotá  
Medio: ADN Medellín  
Fecha: 28 de septiembre

#### EDUCACIÓN

#### LA UPB PRESENTÓ UNA NUEVA SEDE EN BOGOTÁ

La Universidad Pontificia Bolivariana, presentó una nueva sede en Bogotá, ubicada en la torre Teleskop, una edificación de uso mixto sobre la carrera Séptima, con dos pisos en los que estarán ubicadas 13 aulas, una zona de estudio para trabajo colaborativos, un auditorio con capacidad para 100 personas y oficinas.

La UPB presentó una nueva sede en Bogotá  
Medio: El Colombiano  
Fecha: 28 de septiembre

## Universidad en Medellín simulará caída de avión en sus instalaciones

El evento será este miércoles 24 de octubre, como parte de la jornada nacional de simulacros.



Universidad en Medellín simulará caída de avión en sus instalaciones  
Medio: El Tiempo  
Fecha: 23 de octubre

PREVENCIÓN NOTICIA

## UPB aprendió la lección y montó su propio “Dagrð”

Tiene un sistema similar al de Medellín, creado tras el accidente aéreo de 2006. A propósito del simulacro nacional, ayer se puso en práctica.

Por VÍCTOR ANDRÉS ALVAREZ C.

Recordar es vivir. En términos de prevención de desastres, el pasado invita a corregir y bien lo saben en la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), donde un trágico accidente aéreo, hace 12 años, hizo que las directivas crearan un sistema de reacción, al nivel del de una ciudad capital.

Y es que, el programa de atención ante emergencias es considerado, por expertos en el tema, un modelo en el país, incluso toma el Sistema de Comando de Incidentes (SCI), una herramienta usada por el Dagrð, máximo organismo de

lancias, bomberos y autoridades participaron en el simulacro. También el Hospital Pablo Tobón Uribe, y la Clínica Bolívariana, a donde se llevaron los heridos, en la acción simulada, y brigadistas de la institución educativa. En total participaron 2.000 personas.

### Punto de partida

Imposible no recordar aquel 29 de marzo de 2006, cuando una avioneta que viajaba de Medellín a Ituango cayó en el campus de Laureles, en la misma cancha que sirvió de simulacro ayer.

Beatriz Álvarez, auxiliar de biblioteca de la UPB estaba cerca al lugar del accidente, hace 12 años. Recuerda que la

*“Cuando sucedió el accidente no se estaba preparado. Uno no sabe en qué momento pueda pasar, y mejor saber cómo reaccionar”.*

**EMILIO MARTÍNEZ**  
Estudiante Ingeniería de Sistemas UPB

cono de aproximación del aeropuerto Olaya Herrera, no hay registro de un hecho similar al de 2006. No obstante, Víctor Hugo Londoño, profesional de Gestión del Riesgo de Emergencias y Daños de

Londoño acota que lo que ha montado la universidad es una especie de “pequeño Dagrð” del que hacen parte 400 personas en el país y 200, aproximadamente, en Medellín. “En Laureles son 70 brigadistas, 68 coordinadores de evacuación, un comité especial con 12 personas y un área de gestión de riesgo y atención prehospitalaria”, dice.

La mañana trágica de 2006 pudo ser peor. Pasadas las 9:00 a.m., cuando sucedió el accidente, el colegio y la universidad estaban en plena actividad. Hubo falencias que no se repetirán, aclara Londoño, y enfatiza: “hubo dificultades para saber cuál era el rol de cada persona”.

UPB aprendió la lección y montó su propio “Dagrð”  
Medio: El Colombiano  
Fecha: 25 de octubre



Proyecto universitario de cultivo sostenible  
Medio: Telemedellin  
Fecha: 8 de octubre



**UPB DESARROLLÓ PROYECTO SOBRE CULTIVO SOSTENIBLE DE PECES Y LECHUGAS EN UNA CASA INTELIGENTE**

*El proyecto presenta reducción de hasta 90 % en el consumo de agua de un sistema acuícola, en uso de tierra y consumo de energía.*

ANDRÉS OCTAVIO CARBONA - @CARBONA@LA REPUBLICA.COM.CO  
Lunes, 8 de octubre de 2018

**ARTÍCULO RELACIONADO:**  
CREAN HELADO CON NANOFIBRA DE BAMBÚ QUE SE DEGRUTA 50% MÁS LENTO QUE LOS DEMÁS

La facultad de Ingeniería Mecánica de la Universidad Pontificia Bolivariana desarrolló un proyecto de acuaponía, donde por medio de la colaboración entre plantas y peces, buscan la generación de alimentación y energía sostenible, informó la institución.

La técnica utilizada para el desarrollo del proyecto es la acuaponía, técnica de producción de alimentos que combina las técnicas de hidroponía y acuicultura, donde se cultivan los alimentos sin sustrato o tierra, esto puede ser sobre cualquier superficie como piedras, agua, espuma, entre otros.

LA REPUBLICA +  
Agregue a sus temas de interés  
UPB

UPB desarrolló proyecto sobre cultivo sostenible de peces y lechugas en una casa inteligente  
Medio: La República  
Fecha: 8 de octubre



Universidad Pontificia Bolivariana

**RECLA, un espacio para avanzar en formación continua**

10 de octubre del 2018

**B**ajo el marco del XXIII Encuentro Internacional de la Red de Educación Continua de América Latina y Europa - RECLA -, el cual es realizado en la Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), sede Medellín, se llevó a cabo este 10 de octubre el panel sobre la gestión de la experiencia de estudiantes que acceden a esta formación.

RECLA, un espacio para avanzar en formación continua  
Medio: Kien y Ke  
Fecha: 10 de octubre



**Esta universidad con sede en Palmira forma personas que sirven a la sociedad.**

**La UPB seccional Palmira cuenta con decenas de altas calidades humanas y profesionales.**

**Los estudiantes provienen no solo de Palmira, sino también de municipios vecinos como El Cerrito.**

## UPB recibe acreditación de alta calidad

**EL RECONOCIMIENTO OTORGADO por Ministerio de Educación obedece a la excelencia académica del Alma Máter.**

La Universidad Pontificia Bolivariana (UPB), recibió del Ministerio de Educación Nacional la Acreditación de Alta Calidad Multicampus por esta sede.

De la misma forma, la seccional de Palmira alcanzó la acreditación de su programa de Psicología por el mismo periodo.

La noticia, además de satisfacción, y de posicionarse al Alma Máter al nivel de las mejores universidades del país y la región, se convierte en un verdadero desafío para este centro de educación superior, que desde ya se prepara para responder a la confianza depositada tanto por el Ministerio de Educación como por la comunidad educativa colombiana.

Así lo refiere el padre rector de la seccional Palmira, Raúl Jordán R-

**TIPS**

- En el año 2017 esta universidad tenía 100 mil estudiantes en movilidad internacional.
- De 3000 estudiantes, 88% cursan carreras de pregrado, 7% de especialización y 5% realizan su maestría.
- A
- Tiene 30 profesores de planta y 50 externos para un total de 80 docentes con formación doctoral, magister y especialización.
- En el 2017 hubo 25 semestres con 127 estudiantes encadenados.
- El Alma Máter cuenta con el IPS UPB mediante Familia y Vida.

MEIN acredita la excelencia de la carrera de Psicología en la UPB Palmira. La agencia más grande de la universidad desde el 2002 tiene que ver

UPB recibe acreditación de alta calidad  
Medio: El País  
Fecha: 18 de noviembre

## UPB se une a la sana convivencia de Envigado

20 de noviembre del 2018

El próximo viernes 23 de noviembre, la Secretaría de Equidad de Género de Envigado y la Universidad Pontificia Bolivariana -UPB-, presentarán los resultados del proyecto **"Este cuento no es cuento"**, con el cual se busca la sensibilización, prevención y sanción de formas de violencia y discriminación contra las mujeres.

Con este proyecto, más de 2.000 personas fueron impactadas en 10 zonas del municipio de Envigado, por lo que, el resultado de este proceso será insumo para la construcción de la Política Pública de Equidad de Género en este territorio.

UPB se une a la sana convivencia de Envigado  
Medio: Kien y Ke  
Fecha: 20 de noviembre

# 150

## **Empresas crecen con el apoyo de la Alcaldía**

**Alcaldía de Medellín e Inexmoda contribuyeron con el crecimiento, estructuración y consolidación de 150 empresas que participaron en Epica: Reto de innovación.**

150 empresas crecen con el apoyo de la Alcaldía

Medio: El Tiempo

Fecha: 21 de noviembre



Universidades privadas dispuestas a apoyar proyectos del Gobierno

Medio: Teleantioquia

Fecha: 18 de noviembre

## UPB se llevó el segundo lugar en el Gran Prix de ingeniería

El campus Laureles de la Universidad fue sede del campeonato nacional de vehículos de tracción humana.

UPB

Por Sergio Andrés Correa  
sergio@gente.com.co

El segundo mejor prototipo de un vehículo de tracción humana, se hace en la UPB. Así quedó demostrado durante el VIII Gran Prix nacional, en el que la Universidad fue anfitriona y subcampeona a la vez.

La competencia, que se realizó del 15 al 17 de noviembre, fue organizada por diferentes facultades de ingeniería del país y este año contó con la participación de 12 instituciones de educación superior: de Cali, la Universidad Autónoma de Occidente, de Montería, la seccional de la Universidad Pontificia Bolivariana, de Bogotá, el Instituto Técnico Central y la



UPB se llevó el segundo lugar en el Gran Prix de ingeniería  
Medio: Gente Laureles  
Fecha: 23 de noviembre

## La UPB creó madera plástica con material reciclado

El proyecto de investigación sobre madera plástica fue desarrollado en la facultad de Ingeniería Mecánica e Industrial.



UPB (Cortesía)

La UPB creó madera plástica con material reciclado  
Medio: Caracol Radio  
Fecha: 6 de diciembre



CARACOL RADIO MEDELLÍN | Antioquia | 06/12/2018 - 11:55 COT

Docentes y estudiantes de la Universidad Pontificia Bolivariana investigan la caracterización mecánica y térmica de la madera plástica, con el objetivo de identificar el comportamiento de este material en situaciones de compresión, tensión e intemperie, teniendo en cuenta sus condiciones amigables con el medio ambiente.

LO QUE HAY QUE OÍR



Mi banda sonora, con Misi



BOGOTÁ

## Colombiatex prevé generar en la feria de enero cerca de US\$300 millones en negocios

Bogotá, 17 de diciembre de 2018

[El GUARDIA](#)
[f](#)
[w](#)
[G+](#)
[in](#)

Colombia

El evento será en Plaza Mayor de Medellín.

Jaquín Mauricio López Bujarero - jlopez@lapublica.com.co

Del 22 al 24 de enero se realizará una nueva versión de Colombiatex, feria que, al igual que Colombiamoda, son los principales encuentros de la industria textil. Según Inexmoda (organizadores del evento), para ese año se tiene una expectativa de negocios de US\$300 millones. Ediciones atrás se ha mantenido en ese margen, incluso, con picos por más de US\$350 millones.

Cerca de 600 marcas nacionales e internacionales estarán en Plaza Mayor de Medellín, en un espacio de 10.400 metros cuadrados de exhibición comercial. Allí, ellos esperan recibir 14.800 compradores de 60 países. La organización se enfocó en esta nueva edición en cuatro ejes durante la feria. En primer lugar, está la presentación de una plataforma para agendar citas anticipadas entre expositores y compradores.

El segundo tema es que se enfocarán en la ruta de la sostenibilidad, mostrando cuáles son las iniciativas del sector para ser más responsables en las cadenas de producción. Lo tercero es la certificación a compañías cuya fabricación sea 100% colombiana, pues con el MinCIT se entregarán los sellos distintivos de 'Origen Colombia'.

Finalmente, y como espacio de actualización y conocimiento, Colombiatex abre nuevamente el 'Pabellón del Conocimiento Inexmoda-UPB'. El presidente de Inexmoda, Carlos Eduardo Botero, destacó el rendimiento que tuvo el sector moda este año, al aumentar el nivel de exportaciones.

Hasta el momento, el acumulado de 2018 va en productos enviados por US\$546 millones, esto es un alza de 5,3% para textiles y 8% para confecciones. "En lo corrido del año, la industria ha aumentado satisfactoriamente en su producción un 3,5% en hilatura, tejeduría y acabado

Colombiatex prevé generar en la feria de enero cerca de US\$300 millones en negocios

Medio: La República

Fecha: 15 de diciembre

## Colombiatex 2019 moverá más de 300 millones de dólares

Según los organizadores, la feria impulsará los negocios, la moda y el conocimiento de la industria textil.



Colombiatex 2019 tendrá más de 22.000 visitantes.

### Lo más leído

1. Una opción para entrar al mundo de diseñar en línea
2. Más allá, negociación con la Dian por pagar en moneda del extranjero
3. El café con más exportación de Colombia para el mundo

BOGOTÁ, 17 DE DICIEMBRE DE 2018

La edición 31 de la feria de muestra textil Colombiatex tendrá una expectativa de negocios por más de 300 millones de dólares, según Carlos Rodríguez Botero, presidente del Instituto para la Exportación y la Moda (Inexmoda), organizador del evento.

"Es una feria que viene por delante los negocios, la moda y el conocimiento, uniendo la oferta y la demanda del sector textil", comentó Botero.

(Colombiatex, la oportunidad del sector para expandir)

El presidente de Inexmoda anunció que el salón textil, que se celebrará del 22 al 24 de enero en Medellín, tendrá a más de 22.000 visitantes, de los cuales 1.800 serán compradores internacionales.

Las novedades de la presente edición se centran en cuatro ejes: la tecnología, la sostenibilidad, las reglas de origen de los productos y un mercado gráfico. Colombiatex atraerá además en su edición de 2019 una plataforma tecnológica que acercará a compradores y expositores, lo que, según Botero, aumentará la "efectividad" del salón.

Colombiatex 2019 moverá más de 300 millones de dólares

Medio: Portafolio

Fecha: 15 de diciembre





## COLOMBIATEX Y LA ACADEMIA

La moda 4.0 y la economía naranja serán los ejes temáticos del Pabellón del Conocimiento Inexmoda-UPB en la próxima edición de Colombiatex, del 22 al 24 de enero en Medellín.

Colombiatex y la academia  
Medio: El Tiempo  
Fecha: 9 de enero

The screenshot shows a red header for Caracol Radio with the 70th anniversary logo. Below the header, the word "MEDELLÍN" is displayed in a dark bar. The main headline reads "Pabellón del conocimiento de Colombiatex trae mucha novedades". A sub-headline mentions "Lorenzo Velásquez Vélez, director de transformación de Inexmoda, dijo que podía seguir los talleres y foros por la web." Below the text is a video player with a play button, a progress bar, and a volume icon. The video title is "PABELLÓN DEL CONOCIMIENTO DE COLOMBIATEX TRAE MUCHA NOVEDADES".

Pabellón del conocimiento de  
Colombiatex trae muchas  
novedades

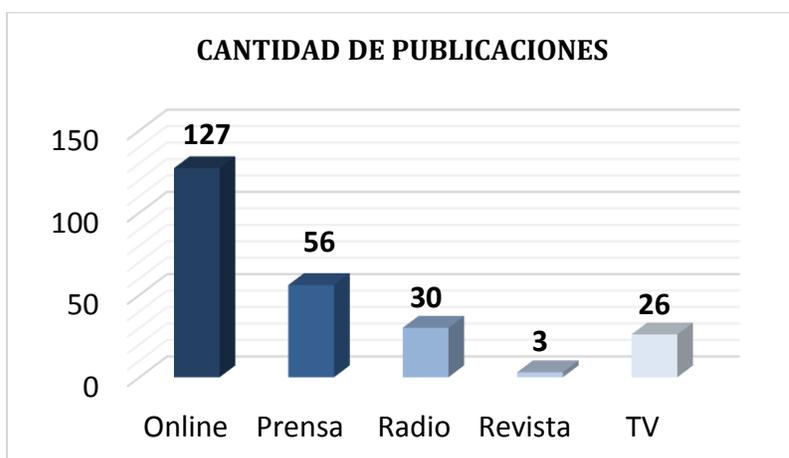
Medio: Caracol Radio  
Fecha: 9 de enero



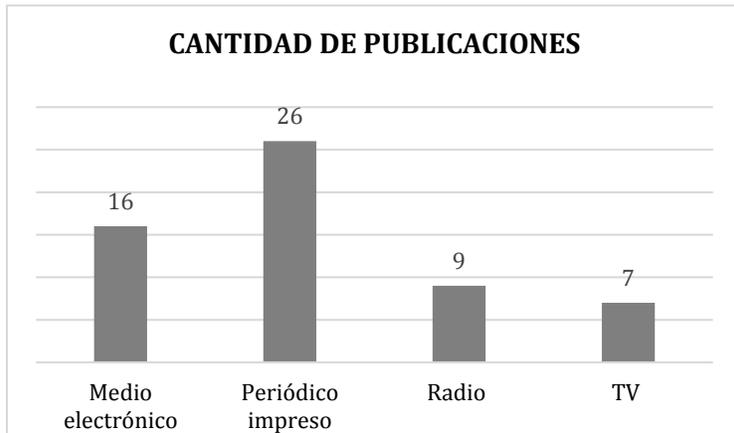


Radio Bolivariana celebra las historias narradas y contenidos compartidos en su trayectoria  
 Medio: Hora 13  
 Fecha: 2 de octubre

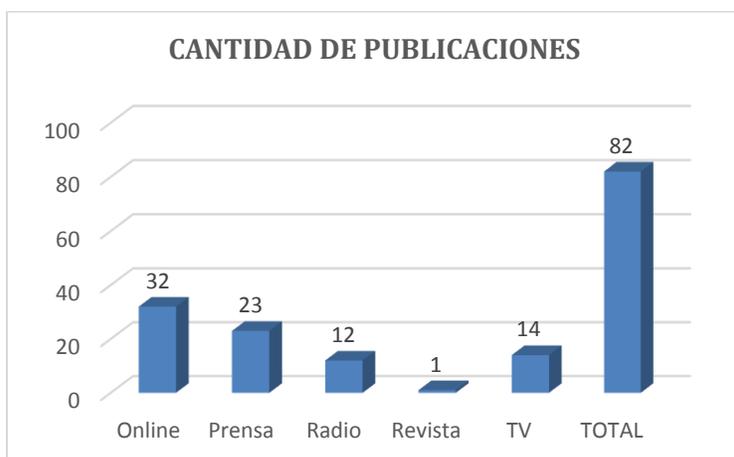
ANEXO D. Gráficas con cantidad de publicaciones mensuales por cliente.



Cantidad de publicaciones por tipo de medio obtenidas durante una feria realizada en agosto. Fuente: BCW



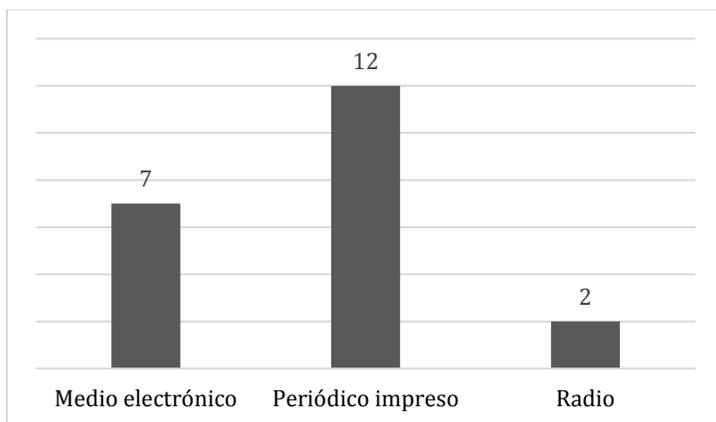
Cantidad de publicaciones por tipo de medio obtenidas en el mes de septiembre por un cliente. Fuente: BCW



Cantidad de publicaciones por tipo de medio obtenidas durante una feria realizada en septiembre. Fuente: BCW



Cantidad de publicaciones por tipo de medio obtenidas en los Premios Medellín Investiga en octubre. Fuente: BCW



Cantidad de publicaciones por tipo de medio por una novedad de una de las organizaciones en noviembre. Fuente: BCW

ANEXO E. Fotos de la participación en eventos realizados por los clientes.



Evento “La tecnología en lo humano: encuentro con cyborgs”.



Inauguración de EXPOCAMACOL 2018.



Rueda de negocios EXPOCAMACOL 2018.



Recorrido con periodistas nacionales e internacionales por Medellín en marco de EXPOCAMACOL 2018.



Ceremonia de certificación de Hospital Universitario UPB.



Colombia Travel Expo.



Premios Medellín Investiga 2018.



Simulacro de caída de avión.



Foro Económico Sectorial.



Cierre de Épica: Reto de Innovación

ANEXO F. Fotos del acompañamiento en entrevistas y gira de medios con los clientes durante agosto, septiembre, octubre y noviembre.

**Gira de medios Radio Bolivariana:**



Vocero de Radio Bolivariana en El Colombiano.



Vocero de Radio Bolivariana con Hora 13.



Vocero de Radio Bolivariana con Telemedellin

**Entrevistas en eventos:**



Entrevista en el encuentro con Cyborgs.



Entrevista Gerente de Camacol Antioquia EXPOCAMACOL 2018.



Entrevista ProColombia EXPOCAMACOL 2018.



Entrevista ponente en EXPOCAMACOL 2018.



Entrevista en la Ceremonia de certificación del Hospital UPB.



Entrevista en la Ceremonia de certificación del Hospital UPB.



Entrevistas en los Premios Medellín Investiga 2018.



Medios en el simulacro de caída de avión.



Entrevistas en el Foro Económico Sectorial.



Entrevistas en el evento de cierre de Épica: Reto de innovación.

ANEXO G. Imágenes de la producción del material audiovisual.





ANEXO H. Diseño de algunos informes realizados durante la pasantía.



**ENTRENAMIENTO DE VOCEROS**



Informe de Gestión  
**Encuentro Internacional Medellín Investiga**  
2018



Para:  Aliado: 

**Flash Report**  
Giras de medios, entrevistas regionales  
y contenidos liberados  
Colombiatex de las Américas 2019



MEDELLÍN, ENERO 22 A 24  
**COLOMBIATEX**  
DE LAS  
AMÉRICAS  
2019

ANEXO H. Estructura de la matriz de pendientes de un cliente.

<b>NOMBRE DE CLIENTE</b>						
<b>PENDIENTES</b>						
<b>Categoría</b>	<b>Descripción</b>	<b>Prioridad</b>	<b>Fecha de</b>	<b>Responsable BCW</b>	<b>Estatus</b>	<b>Comentarios</b>