

**'LA IGUANA', ESTRATEGIA INFORMATIVA DE ECOPETROL PARA LAS
ZONAS DE INFLUENCIA EN EL MAGDALENA MEDIO.**

CARLA SAYRI ARANDA ANAYA

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL Y PERIODISMO
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
BUCARAMANGA
2008**

**'LA IGUANA', ESTRATEGIA INFORMATIVA DE ECOPETROL PARA LAS
ZONAS DE INFLUENCIA EN EL MAGDALENA MEDIO.**

CARLA SAYRI ARANDA ANAYA

Informe de Pasantía presentado como requisito final para optar al título de
Comunicadora Social – Periodista

Directora

Beatriz Elena Mantilla Ortíz

Comunicadora Social Organizacional y Periodista

Especialista en Docencia Universitaria

Magíster en Administración de Empresas

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
FLORIDABLANCA
2008**

Nota de aceptación:

Presidente de Jurado

Jurado

Jurado

Floridablanca, Octubre de 2008

AGRADECIMIENTOS

Antes que nada tengo que dar gracias al ser supremo que nos llena de sabiduría e inteligencia para realizar las cosas, quien llena de amor nuestros corazones para que todo lo que soñemos se haga realidad, le doy infinitas gracias a Dios, pues sin Él nada sería posible.

A mi madre, sin el incansable apoyo de ella esto no hubiese tenido frutos. A los demás integrantes de mi familia que de una u otra manera estuvieron conmigo en las buenas y malas. A mi novio, quien con su amor y paciencia me ha servido de sostén en los momentos que más lo he necesitado, (gracias mi amor). Y a mi mejor amiga, la flaca, sin sus consejos y orientaciones no se que hubiese hecho.

Agradezco a la Universidad Pontificia Bolivariana y a sus docentes por la formación que recibí, fue fundamental para desempeñarme satisfactoriamente en las áreas de trabajo donde realice mis prácticas y pasantía. De igual manera, quiero agradecer todas las oportunidades de crecimiento personal y laboral que obtuve de mi Alma Mater, desempeñándome en varias ocasiones como monitora administrativa, y un especial agradecimiento a la Revista Plataforma, mi paso por ella fue mi inicio en las labores como comunicadora y a mi parecer fue absolutamente fructífero.

A Ecopetrol, por permitirme realizar mi práctica y pasantía, y a la vez por apoyar la ejecución de este proyecto, sin el apoyo de mis tutores no habría podido cumplir con los propósitos iniciales. De igual forma agradezco a mi asesora, pues sus observaciones fueron de gran ayuda para la culminación de este documento.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	12
1. MARCO CONTEXTUAL	14
1.1 INFORMACIÓN DE LA EMPRESA	14
1.1.1 Reseña histórica	14
1.1.2 Análisis del entorno	17
1.1.3 Misión	19
1.1.4 Visión 2015	19
1.1.5 Megas Ecopetrol 2008 – 2015	19
1.1.6 Organigrama General	20
1.2 ANTECEDENTES DE COMUNICACIÓN	22
2. MARCO CONCEPTUAL Y METODOLOGÍA	29
2.1 REFERENTES CONCEPTUALES	29
2.2 METODOLOGÍA	37
3. OBJETIVOS	41
3.1 OBJETIVO GENERAL	41
3.2 OBEJTIVOS ESPECIFICOS	41
4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS	42
4.1 ACTUALIZACIÓN DE LA BASE DE DATOS	42
4.2 COTIZACIÓN	45
4.3 PRESUPUESTO	45
4.3.1 Recursos humanos	45
4.3.2 Recursos técnicos y financieros	46
4.4 DISEÑO DEL INFORMATIVO	46
4.4.1 Formato y diseño	46
4.4.2 Recolección de la información	48
4.4.3 Parámetros para la realización del informativo	51
4.4.4 Cronograma de realización del informativo	53

4.5 OTRAS ACTIVIDADES	55
5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	56
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	

LISTA DE FIGURAS

	Pág.
Figura 1. Organigrama general hasta el 2007	20
Figura 2. Organigrama general después del 2008	21
Figura 3. Estructura interna de la Coordinación	25
Figura 4. Cabezote portada	47
Figura 5. Cabezote interno derecho	47
Figura 6. Cabezote interno izquierdo	48

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Medios de comunicación dirigidos a públicos internos y externos	23
Tabla 2. Medios de comunicación dirigidos a públicos externos.	26
Tabla 3. Base de datos de destinatarios.	43
Tabla 4. Secciones seleccionadas para las tres primeras publicaciones	50

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Sondeo para medir el nivel de aceptación del informativo	61
Anexo B. Edición no 1 de 'la iguana'	67
Anexo C. Edición no 2 de 'la iguana'	74
Anexo D. Edición no 3 de 'la iguana'	81

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO:	'LA IGUANA', ESTRATEGIA INFORMATIVA DE ECOPETROL PARA LAS ZONAS DE INFLUENCIA EN EL MAGDALENA MEDIO.
AUTOR(ES):	Carla Sayri Aranda Anaya
FACULTAD:	Facultad de Comunicación Social
DIRECTOR(A):	Beatriz Elena Mantilla

RESUMEN

Ecopetrol S.A. empresa petrolera, cuenta con la Unidad de Imagen Corporativa encargada de contribuir al manejo de la imagen institucional, desde de la cual se apoya a las demás áreas en sus comunicaciones externas y se impulsa la promoción de la empresa, al tiempo que se mantienen informados de forma adecuada a los medios de comunicación. Luego de un análisis de los medios de comunicación que se emitían desde la Unidad de Imagen, se decidió crear una estrategia comunicativa que aumentara el nivel de información en las zonas de influencia de Ecopetrol en la región del Magdalena Medio, y teniendo en cuenta los medios de comunicación existentes, se decidió por un informativo de distribución bimensual, que agrupara en su contenido, aspectos relacionados con la comunidad, proyectos de inversión social, educación y sin excepción en ninguna edición temas relacionados con el medio ambiente. Al finalizar el periodo de pasantía, se obtuvo la publicación de tres ediciones del informativo, (Junio, Agosto y Septiembre), basados en la misma metodología que se planteó desde el inicio, recolección de información, mediante entrevistas tanto informales como formales, con los directos encargados de los temas que se escogieran para publicar. Entre los objetivos específicos se estableció fortalecer los canales de comunicación de la empresa con sus públicos externos (medios de comunicación, líderes de los proyectos, líderes comunales, gremios, fundaciones, gobiernos, etc.), teniendo en cuenta que por su rol de líderes tienen una mayor influencia en la generación de imaginarios y opinión pública. A partir de la formulación del proyecto del informativo se fijan los parámetros de diseño, diagramación, contenido y redacción para todas las ediciones. La principal recomendación sobre el curso a seguir es la medición de impacto del informativo, para realizar las posibles mejoras del mismo.

PALABRAS CLAVES: Ecopetrol, Medios Impresos, Comunicaciones Externa.

V°B°DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

FINAL PROJECT OVERVIEW

TITLE:	'THE IGUANA' STRATEGY FOR INFORMATION ECOPETROL THE AREAS OF INFLUENCE IN THE MAGDALENA MEDIO.
AUTHOR(S):	Carla Sayri Aranda Anaya
FACULTY:	Faculty of Social Communication
DIRECTOR (A):	Beatriz Helena Mantilla Ortiz

ABSTRACT

Ecopetrol S.A. oil company, has the Corporate Image Unit, that is a department responsible for, as it's name points out, contributing to the management of the company's corporate image. From which the support is given to other areas in their external communications and is driving the promotion of the company, while being kept appropriately informed the media. After an analysis of the media that were issued from the Corporate Image Unit, it was decided to create a communication strategy to increase the level of information in the areas of influence of Ecopetrol in the region of Magdalena Medio, and evaluating the means of communication, it was decided to develop a bi-monthly distributed paper, bringing together in its content, aspects of community, social investment projects, education, and without exception, every number has to deal with environment issues. At the end of the internship period, was the publication of three editions of the report (June, August and September), based on the same methodology that was raised from the start, collecting information, through both informal and formal interviews with those in charge of the topics chosen for publication. Specific objectives were to strengthen the communication channels between the company and its external audiences (media, project leaders, community leaders, unions, foundations, governments, etc..) Taking into account that their role as leaders have greater influence in generating public opinion and imagination. From the wording of the draft report, the parameters of design, layout, content and wording, were settled for all editions. The main recommendation of the course to follow is to measure impact of information for possible improvements to it.

KEYWORDS: Ecopetrol, print media, external communications.

V° B° FINAL PROJECT DIRECTOR

INTRODUCCIÓN

El Informativo ‘La Iguana’ se creó como una estrategia comunicativa de Ecopetrol para ser publicada en las zonas del Magdalena Medio en donde la empresa tiene influencia, teniendo como objetivo principal aumentar el nivel de información en las comunidades de la región sobre los proyectos y procesos que se dan desde la compañía.

Para la realización de este informativo se establecieron parámetros respecto al contenido, con lo cual se busca garantizar su homogeneidad a lo largo del tiempo. Entre algunos de los temas que se publican están aquellos relacionados con los proyectos de gestión social que adelanta la petrolera en las zonas de influencia; así como artículos sobre la conservación y cuidado del medio ambiente; novedades sobre los procesos y técnicas de exploración, producción y refinación; y las oportunidades laborales relacionadas con estas, y además información sobre los últimos movimientos de las acciones que salieron a la venta en el 2007.

Todo esto para cumplir uno de los principales propósitos que persigue el Informativo La Iguana: el fortalecimiento de las comunicaciones externas con sus principales públicos en la región.

Mil ejemplares de este medio de comunicación circulan de forma gratuita y con una periodicidad bimensual en Barrancabermeja y zonas aledañas en las que la empresa tiene influencia en la región del Magdalena Medio como por ejemplo: El Centro, El Llanito, Lizama, Cantagallo, Yondó, Sabana de Torres, entre otros. Para su distribución se cuenta con una base de datos, en la cual se definió el público objetivo de este medio de comunicación.

El Informativo La Iguana se ajusta a los parámetros de diseño establecidos por la empresa en su Manual de Identidad Corporativa, de manera más exacta a las directrices relacionadas con las publicaciones externas.

A la fecha de entrega de este documento, el proyecto cuenta con seis ediciones, las dos primeras a cargo de la pasante, de forma exclusiva, bajo la supervisión de la tutora y en la tercera publicación la estudiante aportó algunos artículos finales.

1. MARCO CONTEXTUAL

1.1 INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

1.1.1 Reseña Histórica

“La reversión al Estado Colombiano de la Concesión De Mares, el 25 de agosto de 1951, dio origen a la Empresa Colombiana de Petróleos.

La naciente empresa asumió los activos revertidos de la Tropical Oil Company que en 1921 inició la actividad petrolera en Colombia con la puesta en producción del Campo La Cira-Infantas en el Valle Medio del Río Magdalena, localizado a unos 300 kilómetros al nororiente de Bogotá.

Ecopetrol emprendió actividades en la cadena del petróleo como una Empresa Industrial y Comercial del Estado, encargada de administrar el recurso hidrocarburífero de la nación, y creció en la medida en que otras concesiones revirtieron e incorporó su operación.

En 1961 asumió el manejo directo de la refinería de Barrancabermeja. Trece años después compró la Refinería de Cartagena, construida por Intercol en 1956.

En 1970 adoptó su primer estatuto orgánico que ratificó su naturaleza de empresa industrial y comercial del Estado, vinculada al Ministerio de Minas y Energía, cuya vigilancia fiscal es ejercida por la Contraloría General de la República.

La empresa funciona como sociedad de naturaleza mercantil, dedicada al ejercicio de las actividades propias de la industria y el comercio del petróleo y sus afines,

conforme a las reglas del derecho privado y a las normas contenidas en sus estatutos, salvo excepciones consagradas en la ley (Decreto 1209 de 1994).

En septiembre de 1983 se descubrió el Campo Caño Limón, en asocio con OXY, un yacimiento con reservas estimadas en 1.100 millones de millones de barriles. Gracias a este campo, la Empresa inició una nueva era y en 1986 Colombia volvió a ser en un país exportador de petróleo.

En los años noventa Colombia prolongó su autosuficiencia petrolera, con el descubrimiento de los gigantes Cusiana y Cupiagua, en el Piedemonte Llanero, en asocio con la British Petroleum Company.

En 2003 el gobierno colombiano reestructuró la Empresa Colombiana de Petróleos, con el objetivo de internacionalizarla y hacerla más competitiva en el marco de la industria mundial de hidrocarburos.

Con la expedición del Decreto 1760 del 26 de Junio de 2003 modificó la estructura orgánica de la Empresa Colombiana de Petróleos y la convirtió en Ecopetrol S.A., una sociedad pública por acciones, ciento por ciento estatal, vinculada al Ministerio de Minas y Energía y regida por sus estatutos protocolizados en la Escritura Pública número 4832 del 31 de octubre de 2005, otorgada en la Notaría Segunda del Circuito Notarial de Bogotá D.C., y aclarada por la Escritura Pública número 5773 del 23 de diciembre de 2005.

Con la transformación de la Empresa Colombiana de Petróleos en la nueva Ecopetrol S.A., la Compañía se liberó de las funciones de Estado como administrador del recurso petrolero y para realizar esta función fue creada La ANH (Agencia Nacional de Hidrocarburos).

A partir de 2003, Ecopetrol S.A. inició una era en la que, con mayor autonomía, ha acelerado sus actividades de exploración, su capacidad de obtener resultados con visión empresarial y comercial y el interés por mejorar su competitividad en el mercado petrolero mundial.

Actualmente, Ecopetrol S.A. es la empresa más grande del país con una utilidad neta de \$3,25 billones registrada en 2005 y la principal compañía petrolera en Colombia. Por su tamaño, pertenece al grupo de las 35 petroleras más grandes del mundo y es una de las cinco principales de Latinoamérica.

El importante proceso de transformación que vive la empresa, y que debido a la capitalización realizada durante el 2007, generó los recursos necesarios para realizar el sueño de crecerla y hacerla más competitiva en el sector energético a nivel nacional e internacional, y la ha llevado a construir un nuevo marco estratégico, el cual se elaboró con la participación de un amplio número de personas de todas las áreas de Ecopetrol y el Comité Directivo.

La nueva Ecopetrol, establece nuevos negocios para la empresa y fortalece e integra las operaciones actuales.

El nuevo marco estratégico representa un desafío para todos los trabajadores de la compañía, generándoles la posibilidad de crecer profesional y personalmente. Requerirá una mayor exigencia en cuanto a la gestión empresarial, estableciendo importantes lineamientos para garantizar la consolidación organizacional, lo que implica que se deberán adoptar las medidas necesarias para que los procesos de soporte apalanquen la estrategia eficazmente.

Como resultado de esta estrategia, se proyecta la empresa como una compañía global de energía, ubicada entre las 30 petroleras integradas más grandes del mundo. Este nuevo reto busca generar valor a sus accionistas, teniendo en cuenta

el cuidado del medio ambiente, el bienestar del ciudadano colombiano, la excelencia y compromiso de su personal y el desarrollo integral de las relaciones con los grupos de interés”¹.

1.1.2 Análisis del Entorno

Entorno Global

Como aspectos relevantes acerca del Entorno Global o general que afecta directamente el desarrollo de la empresa se decide enumerar los siguientes, mismos que aparecen contenidos en el Manual de Identidad Corporativo de Ecopetrol S.A.

- “El crudo seguirá siendo el energético predominante por los menos durante los próximos 20 años.
- Los elevados niveles de precios de crudos crean estímulos para el desarrollo de energéticos no convencionales y biocombustibles.
- Los países que poseen mayor cantidad de reservas están modificando sus términos fiscales, restringiendo el acceso de compañías independientes a sus recursos.
- Sociedad ambientalmente responsable y consiente exige productos más limpios y de mejor calidad.
- El crecimiento económico y demográfico de China, India y Rusia, seguirá aumentando la demanda de energéticos a nivel mundial.
- Con la mayor disposición de crudos pesados y agrios se incrementan las inversiones para adecuar la infraestructura de refinación y transporte en el mundo.

¹ Manual Corporativo Ecopetrol.

- Desarrollo de gas en el mundo impulsado principalmente por Rusia y Medio Oriente; y en la región por Bolivia, Perú, Trinidad y Tobago y Argentina”².

Entorno de lo que hoy tiene Ecopetrol

A continuación se relacionan las actividades y operaciones de la empresa Ecopetrol S.A. en la actualidad.

- “Participación en bloques costa en el Caribe Colombiano y Piedemonte.
- Presencia internacional en Brasil, Perú y Golfo de México.
- El incremento de la producción directa ha sido del 6% promedio anual en los últimos cinco años.
- Mayor actividad exploratoria en el Piedemonte y el Caribe colombiano.
- Construcción de plantas de procesamiento de gas en Cusiana.
- Actualización tecnológica de las refinerías de Cartagena y Barrancabermeja para mejorar la calidad de los productos.
- Aumento en la participación de la industria petroquímica, con la adquisición de Propilco.
- Incremento en la capacidad de transporte con la construcción de los oleoductos Rubiales - Porvenir y Castilla - Porvenir y el naftoducto Barrancabermeja - Castilla.
- Búsqueda de nuevos nichos de mercado a nivel internacional.
- Nuevas políticas en busca del mejoramiento del clima laboral en la empresa.
- Valoración de competencias técnicas y formulación de planes de desarrollo.
- Acciones relevantes para llegar a índices salariales competitivos con la industria petrolera”³.

² Ibíd.

³ Ibíd.

1.1.3 Misión

“Descubrimos y convertimos fuentes de energía en valor para nuestros clientes y accionistas, asegurando el cuidado del medio ambiente, la seguridad de los procesos e integridad de las personas, contribuyendo al bienestar de las áreas donde operamos, con personal comprometido que busca la excelencia, su desarrollo integral y la construcción de relaciones de largo plazo con nuestros grupos de interés”⁴.

1.1.4 Visión 2015

“Ecopetrol S.A. será una empresa global de energía y petroquímica, con énfasis en petróleo, gas y combustibles alternativos; reconocida por ser competitiva, con talento humano de clase mundial y socialmente responsable”⁵.

1.1.5 Megas Ecopetrol 2008 – 2015

De acuerdo a la Planeación Estratégica la compañía se fijo las siguientes metas para los próximos siete años.

- Producir un millón de barriles de petróleo equivalente.
- Adicionar 390 Mbpe (Millones de Bariles de Petróleo Equivalente) de nuevas reservas.
- Reservas en producción de 190 Mbpe.
- Comprar 80 (Mbpe) en reservas.
- Ventas de 1.100 GTBUD (Giga BTU por día).
- Capacidad de refinación de 650 (KBD).
- Petroquímica 2.700 (KTA).

⁴ Ibíd.

⁵ Ibíd.

- Transporte: ingresos por operación en nuevos negocios por 80 (MUSD).
- Diversificación energética: ventas de biocombustibles por 450 (KTA).

1.1.6 Organigrama General

Figura 1. Organigrama general hasta el 2007

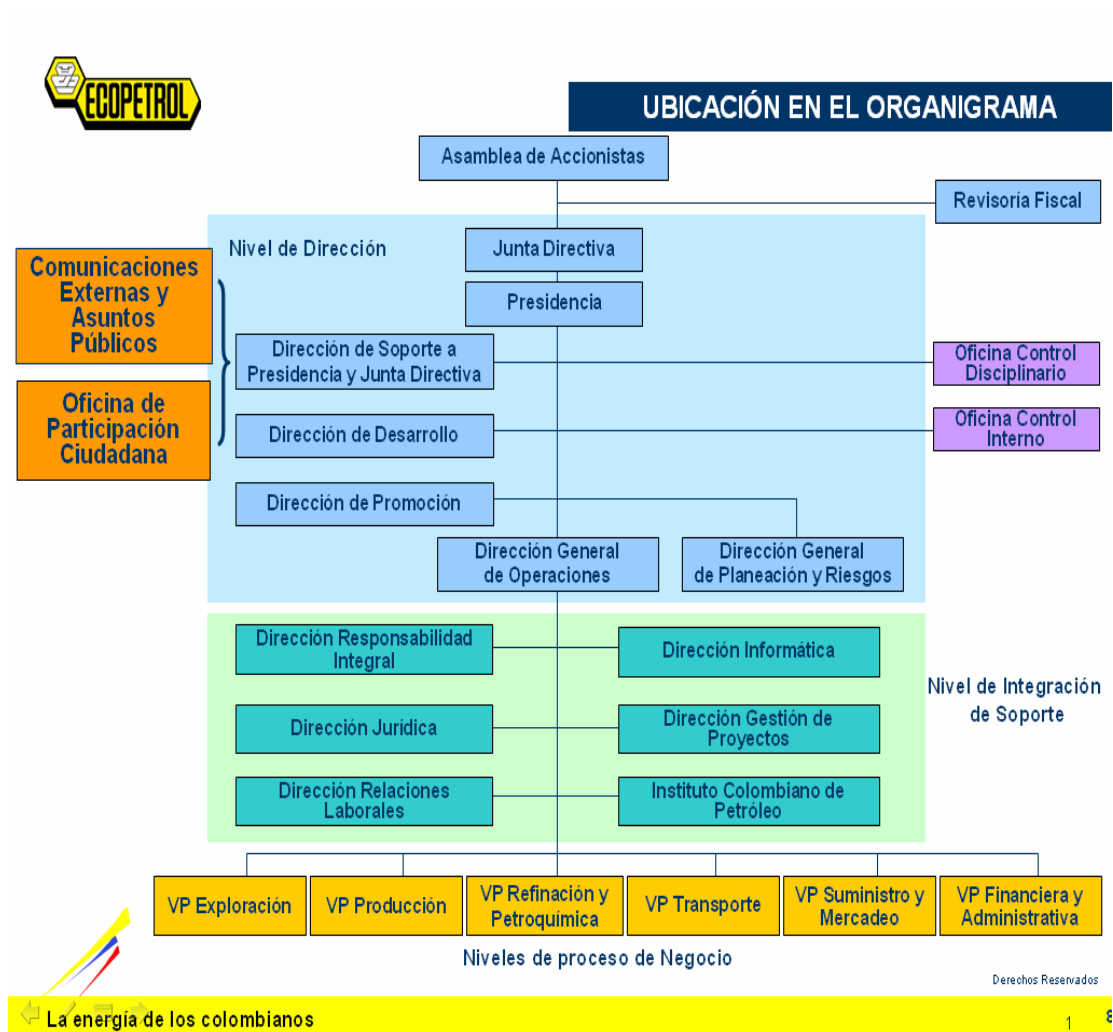
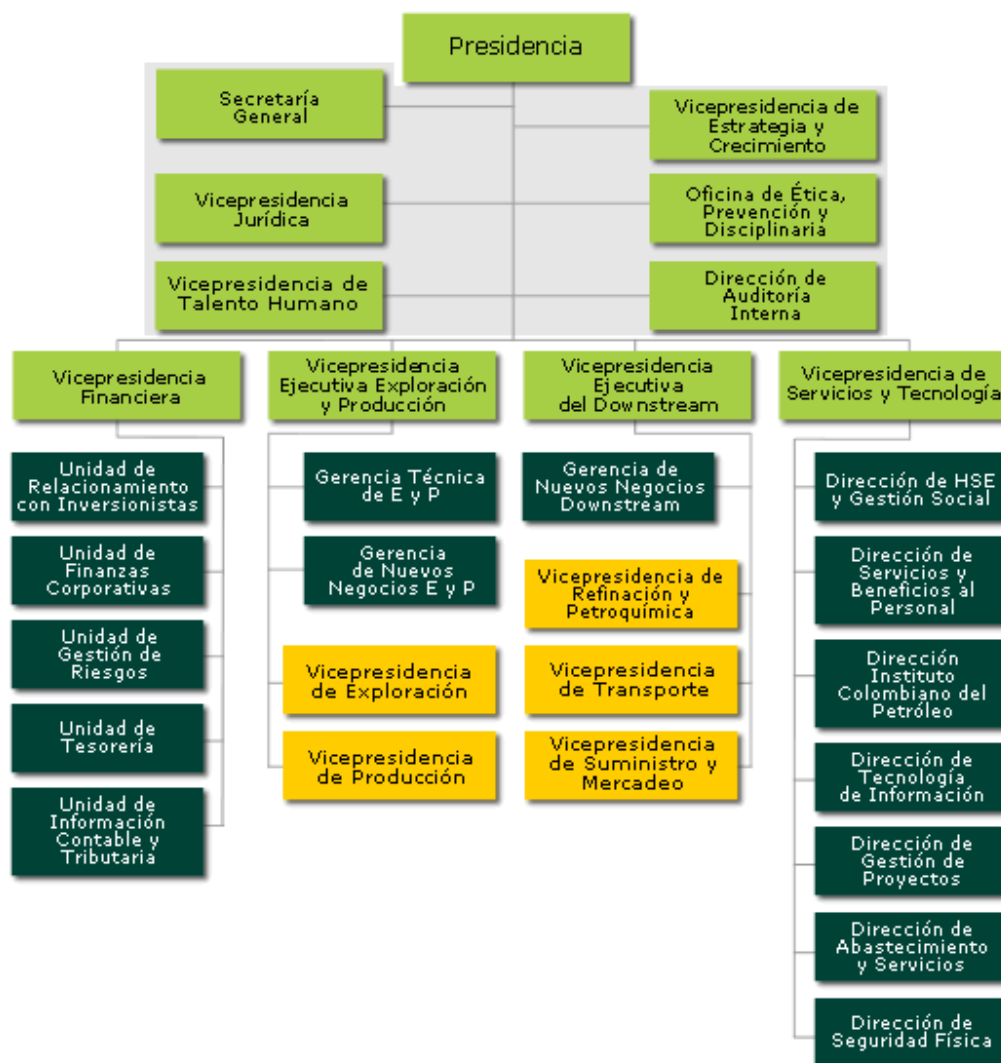


Figura 2. Organigrama general después del 2008



1.2 ANTECEDENTES DE COMUNICACIÓN.

El desarrollo de estrategias de comunicación pertinentes a la situación interna y externa de la principal compañía de petróleo en Colombia ha sido una preocupación permanente en esta organización. Sin embargo, en el desarrollo de la práctica profesional se identificó un vacío en la documentación o sistematización de los procesos desarrollados en esta área. Por esta razón para hablar de antecedentes comunicacionales, en una compañía tan compleja, fue necesario recopilar información basada en la memoria de quienes aún están y que en su momento fueron claves para el manejo de las actividades realizadas. Fue así como se logró recuperar parte de esa historia.

Los procesos comunicativos que hoy se dan en Ecopetrol tienen unos antecedentes a la creación de la Unidad de Imagen Corporativa, área en la que estuvo adscrita la pasante.

La parte directiva siempre ha tenido su sede principal en Bogotá. En 1988 el área que manejaba las comunicaciones recibía el nombre de Información y prensa, en 1990 cambia el nombre a Comunicaciones y en 1999 se une a esta dependencia la oficina de Relaciones Externas quedando como el área de Relaciones Externas y Comunicaciones, teniendo a cargo todo el manejo de las comunicaciones internas y externas, así como las relaciones con el entorno y la gestión social.

Adicionalmente se elaboraban periódicamente los siguientes medios de comunicación, no obstante vale aclarar que en este recuento algunos productos comunicativos pueden faltar.

Así mismo se desconocen las causas que los llevaron a su fin. Esto debido a la ausencia de evaluaciones o informes sistematizados en los que dicha información

estuviera detallada y archivada en la dependencia, lo cual motivo a la pasante a recurrir a la memoria colectiva e individual de algunos colaboradores, y no a una fuente más formal y amplia.

Tabla 1. Medios de comunicación dirigidos a públicos internos y externos

Comunicaciones Internas			Comunicaciones Externas		
Medio	Descripción	Periodicidad	Medio	Descripción	Periodicidad
Periódico Ecos	Allí se muestran todos los 75 acontecimientos internos de la empresa, hacia y desde sus trabajadores. Aún existe y actualmente lo maneja el área de Cultura Organizacional.	Mensual	La Hora Radial de Ecopetrol	Se transmitía por RCN, y por Caracol, ya se dejó de transmitir. pero desde ya está en proceso un nuevo programa radial, el cual estará a cargo de la Unidad de Imagen Corporativa	Diario
Revista de Mares	Era una revista exclusivamente para la familia. En donde se mostraban notas y artículos de interés general y se resaltaban actividades. Ya no existe.	Bimensual	TV Puerto el informativo de Ecopetrol	Se transmitía solo en el Magdalena Medio por los canales de las parabólicas y por Enlace TV, Por dificultades con una demanda tuvieron que dejarlo. Hoy en día Ecopetrol tiene un espacio en televisión a nivel nacional que se llama Ecopetrol TV.	Semanal, todos los domingos
Revista Garabatos	Revista exclusiva para los niños hijos de los trabajadores de la empresa. Esta revista era creativa y	Mensual	Carta Petrolera	Revista que se entrega a públicos externos, aún esta vigente.	Bimensual

	mantenía constantes convenios con diversas entidades para que los niños asistieran a actividades. Ya no existe.				
--	---	--	--	--	--

Fuente: Líder de la Regional de Responsabilidad Integral MM, Cs. Alba Luz Amaya Serrano.

Cabe resaltar que aunque las comunicaciones en Barrancabermeja estuvieran unidas, en Bogotá se manejaban por separado pero siempre manteniendo una misma línea editorial, de contenidos, de imagen corporativa pertinente a los objetivos estratégicos de la organización, es decir, existía una comunicación permanente entre quienes manejaban las comuniones internas y externas.

La transformación

Hace cuatro años esta dependencia se dividió y Comunicaciones Internas pasó a formar parte del área de Cultura Organizacional y Comunicaciones Externas se unió al Departamento de Soporte a Presidencia.

En el 2008 por ajustes al organigrama y reestructuración de la estructura de la empresa, Comunicaciones Externas cambió el nombre a: Unidad de Imagen Corporativa, área que pertenece a la Secretaría General.

Figura 3. Estructura interna de la Coordinación.



Secretaría General

Su principal objetivo es contribuir con la generación de la reputación e imagen empresarial de Ecopetrol entre los públicos externos asignados acorde con los objetivos del negocio, apoyar las áreas de la empresa en sus comunicaciones externas, impulsar la promoción de la empresa de acuerdo con los requerimientos de los negocios, mantener informados de forma adecuada y oportuna a los grupos externos asignados (prensa) a la vez trabajar de manera conjunta con asuntos públicos y participación ciudadana).

Objetivos específicos

- ✓ Construir una imagen de Ecopetrol S.A. como una empresa integrada, competitiva, sólida, con el mejor conocimiento de la prospectividad colombiana, la disponibilidad de infraestructura, el mejor talento humano y responsable con las comunidades con las que interactúa y con la sociedad.
- ✓ Establecer y mantener excelentes relaciones con los públicos externos que interactúan con Ecopetrol S.A.

- ✓ Informar estratégicamente, de manera ágil y oportuna, a los medios de comunicación nacional e internacionales.
- ✓ Diseñar y ejecutar estrategias particulares de acuerdo con las necesidades de promoción y mercadeo para posicionar a Ecopetrol entre los inversionistas y sus clientes.
- ✓ Asesorar y aplicar estrategias de comunicaciones externas a los diferentes negocios de la empresa que lo requieran.
- ✓ Medir los resultados de las estrategias y acciones aplicados por Comunicaciones Externas.
- ✓ Mantener informados a los nuevos accionistas de la empresa.

Para dar cumplimiento a estos objetivos, la Unidad de Imagen Corporativa realiza y dirige, entre otras, las siguientes acciones: la Asamblea General de Accionistas de la empresa, las actividades de Rendiciones de Cuentas, eventos como las Convenciones de clientes y proveedores.

Además esta dependencia, tiene a su cargo la emisión de medios tales como:

Tabla 2. Medios de comunicación dirigidos a públicos externos.

Medios de Comunicación que se manejan hoy externamente		
Medios	Descripción	Periodicidad
Revista Carta Petrolera	En esta se destacan los principales proyectos, iniciativas y desarrollo de la empresa, así como algunas crónicas y entrevistas del acontecer petrolero. Es exclusiva para público externo, bien segmentado como proveedores, personalidades del gobierno, empresarios y demás.	Trimestral
Ecopetrol TV	Nació en mayo del 2006 y este año cambió su nombre a Ecopetrol TV, debido al cambio de imagen de la empresa. Este programa es de emisión nacional por el canal Institucional, a la vez se retransmite por Enlace TV de Barrancabermeja,	Mensual

	TRO de Santander y Norte de Santander, Tele Antioquia Y Tele Caribe. Su público es la comunidad en general, todas aquellas que tengan acceso a dichos canales.	
Pagina WEB	Nació en 1996 y hace tres años cambió toda su estructura y diseño, haciéndolo mas moderno y asequible a las personas. Podría decirse que este es el medio más completo que hoy tiene la empresa, allí se encuentra desde información general, hasta servicios públicos, para quienes ya tiene un contrato, productos al cliente (Venta, quejas, solicitudes), link para cargar la hoja de vida, etc. Una de las variantes que maneja la página es que es descentralizada, cada negocio o área, puede tener su propio administrador y manejar sus servicios directamente, esto facilitando la rapidez en los procesos. Público con acceso Web.	Diario
Revista CT&F (Ciencia, Tecnología y Futuro)	Es una revista especializada, editada por Ecopetrol en el ICP, desde 1995. Está dirigida a público científico y técnico de la industria petrolera, centros de investigación, universidades y compañías relacionadas.	Anual
Folletos institucionales, Boletines	Según la actividad que se vaya a realizar.	Sin Periodicidad
Cartilla, El petróleo y su mundo	Es un medio didáctico en el que se muestran todos los procesos que maneja Ecopetrol, Exploración, Explotación y Refinación, es especial para niños, ya que su estructura es a manera de cuento.	Único
Informe anual e Informe de responsabilidad social	Informes en los que se recopila toda la información y las gestiones realizadas en el año que ha pasado, se muestran cifras y se hace toda la rendición de cada área. Dirigido a los medios para que realicen la divulgación, proveedores, accionistas y gobierno.	Anual

Comunicados de prensa	Dependiendo de la región en que haya ocurrido la eventualidad, sea por emergencia, por un evento, por un nuevo proyecto, por mostrar gestiones, se les envía a los medios correspondientes de la zona, o si es de carácter nacional se maneja desde Bogotá.	Con cada eventualidad a publicar
Artículos de promoción y merchandising	Son todos los souvenirs que se utilizan en las diferentes actividades, entre esas como por ejemplo en la asamblea de accionistas, las iguanitas de peluche, los cuadernos, los bolsos, o para las rendiciones de cuenta de la empresa, es el material que se da a los asistentes.	Cuando un evento los requiere.
Informativo La Iguana	Este informativo recopila información de los sucesos desde el interior de la empresa hacia los públicos externos del Magdalena Medio, se centra más que todo en resaltar y mostrar los proyectos de gestión social, a la vez en cada edición se muestra una nota referente al medio ambiente.	Bimensual

Fuente: Profesional encargada del área de Comunicaciones Externa, Erika Contreras.

El informativo 'La Iguana' fue elaborado como propuesta de trabajo por Carla Sayri Aranda Anaya durante el periodo de práctica y pasantía, desarrollado entre Agosto de 2007 a Agosto de 2008, siendo esta la primera vez que el área contaba con una estudiante en proceso de práctica en Barrancabermeja y dejando esta plaza abierta para nuevos practicantes.

2. MARCO CONCEPTUAL Y METODOLÓGICO

2.1 REFERENTE CONCEPTUAL

Con el advenimiento de las nuevas tecnologías y el elevado grado de competitividad que día tras día impone el ritmo de los negocios de las empresas de todos los sectores, el manejo efectivo de estrategias de comunicación eleva el nivel de diferenciación, de generación de valor agregado y apoya el surgimiento de nuevas acciones para el posicionamiento y fortalecimiento de la imagen de una compañía, marca y/o producto en el mercado.

Estas estrategias deben corresponder de manera coherente, y relacionarse de forma directa con la misión y visión institucional, así como con los objetivos y principios que haya determinado la empresa para su funcionamiento. Pero, al mismo tiempo, el diseño de las mismas debe ser coherente con las exigencias del entorno.

De lo anterior se deduce que las estrategias de comunicación además de lograr la articulación al interior de la organización son a su vez responsables, en buena medida, de la óptima calidad de las relaciones públicas, ya que por medio de las mismas se establecen lazos entre la institución y el entorno en el que se desarrollan.

En este sentido, una organización debe procurar difundir de manera constante las labores que se ejecutan al interior de sí misma, tanto a sus públicos internos, por medio de boletines, intranet, carteleras y reuniones; como los públicos externos, para lo cual debe construir canales directos de comunicación, que a mediano y largo plazo generen sentido de pertenencia de estos hacia la organización, una

imagen positiva de los procesos y confiabilidad frente a la calidad de los productos.

De lo anterior, que teóricos de la comunicación como Txema Ramírez, afirme que “las instituciones, los partidos, los sindicatos, las empresas, las organizaciones sociales (...) comunican siempre, incluso cuando no comunican nada. Esta idea es fundamental y conviene no perderla de vista. El silencio es cada vez menos rentable, sobre todo cuando no se explican adecuadamente las razones de dicha actitud”⁶.

En primer lugar, este proceso de comunicación, se establece por medio del contacto directo con el talento humano que conforma la organización: desde el personal de vigilancia y la recepcionista, hasta los jefes y colaboradores de cada área. Este acercamiento puede definir la percepción que el público interno o externo se forme de la empresa.

Pero, además de este contacto cara a cara, la organización puede influenciar y marcar de manera positiva esta misma percepción, valiéndose de diferentes canales, mensajes estructurados y técnicas de comunicación. De hecho, esta se entiende en sus niveles externos e internos como un “conjunto de técnicas y actividades encaminadas a facilitar y a agilizar el flujo de mensajes que se dan entre los miembros de la empresa y su medio. Su objetivo es influir en las opiniones, actitudes y conductas de los públicos internos y externos de la organización”⁷.

No obstante, algunos empresarios creen aún que esta labor, de mostrar una imagen favorable de la empresa, es responsabilidad de forma exclusiva de la

⁶RAMÍREZ, Txema. Gabinetes de Comunicación. Funciones, disfunciones e incidencia. Bosch Casa Editorial, S.A. Barcelona. 1995. P 48

⁷ COLLADO, Carlos Fernando. La comunicación en las organizaciones. Ediciones Trillas. México D.F.1991.

oficina de comunicaciones, pero en realidad nada es más lejano de la verdad que esto, pues no sirve mantener una imagen impecable, difundida de forma acertada a través de los diversos medios de comunicación, si dentro de la organización ninguna cosa corresponde a lo que se exhibe.

Más aún, esta incoherencia se convierte en un serio problema cuando públicos internos y externos la evidencian, generando un efecto contrario al deseado en un comienzo, una percepción de total desconfianza hacia la empresa, sus procesos, productos y comunicaciones.

Por esta razón, se debe entender que “la comunicación organizacional es el proceso por el que los miembros juntan la información pertinente acerca de su organización y de los cambios que ocurren en ella”⁸. De allí que sea un proceso integral y de trabajo conjunto, que no sólo es responsabilidad del Departamento de prensa, sino que se entiende que este es un área integradora de las comunicaciones internas y externas, con el propósito de fortalecerlas en conjunto de modo que lo que se transmite externamente sea coherente y tenga una secuencia positiva en los públicos externos, tanto directos como indirectos.

Álvarez y Caballero, en *Vendedores de Imagen*⁹, plantean que no se puede definir como global una comunicación por el sólo hecho de que se difunda en todos los soportes, sino porque responde a una visión integrada de la institución o empresa.

De allí por ejemplo que cuando se piensa en un nuevo medio de comunicación, la idea no surja de manera aislada, sino como en este caso, nazca inmersa en un reciente proceso de implementación del modelo de Responsabilidad Social que ha

⁸ MARÍN, Antonio Lucas. La comunicación en la empresa y en las organizaciones. Bosch Casa Editorial, S.A. Barcelona. 1997. p 103

⁹ÁLVAREZ, Tomás Y CABALLERO, Mercedes. *Vendedores de Imagen*. Los retos de los nuevos gabinetes de comunicación. Ediciones Paidós, SAICF. Buenos Aires.1997. P 91

adoptado la empresa. Por ello, es clave considerar la propuesta del Informativo 'La Iguana' como un mecanismo de refuerzo de la comunicación emitida por Ecopetrol hacia las comunidades de sus áreas de influencia en el Magdalena Medio.

Con el mismo, se pretende continuar con las acciones dirigidas hacia la comunidad, las cuales son evaluadas y medidas año tras año. Según el Informe Anual 2008 Responsabilidad Social Empresarial *“El nivel de cumplimiento de Ecopetrol con su grupo de interés sociedad, comunidad y medio ambiente, fue del 92% en 2008. Para contribuir al desarrollo sostenible del país y mejorar la calidad de vida de los colombianos, la empresa se comprometió en cumplir, entre otras, la meta planteada para disminuir el contenido de azufre en el ACPM en Bogotá y el resto del país; hizo importantes aportes en ciencia y tecnología a través de los semilleros en formación científica (se apoyaron 378 proyectos), y se superó en un 25% la meta de inversión social planteada para el período, lo que representó un aporte de \$125.800 millones”*.

Es por esto que la creación y posicionamiento de un medio de comunicación que sirva como eje para fortalecer la imagen de la empresa ante la comunidad, es muy útil e importante siempre y cuando, el mismo sirva como canal comunicativo por medio del cual se transmitan datos veraces y se expongan diversos puntos de vista. De esta forma se logra apoyar los mensajes difundidos desde la organización, aumentando la confianza en los públicos y haciendo partícipe a la comunidad de los acontecimientos trascendentales para la organización.

En este sentido lo relevante es pensar, planear, crear y actuar conforme a la empresa, el cliente, el servicio, el producto, el medio, la comunidad y las metas que se persiguen a corto, mediano y largo plazo.

Sólo si se atiende a lo anterior, se pueden tomar decisiones acertadas respecto a cuáles proyectos y estrategias de comunicación implementar en los procesos

comunicacionales, y así definir los canales que mejor se adaptan al perfil de la empresa, seleccionando los más pertinentes para divulgar y dar a conocer informaciones sobre la compañía y su imagen corporativa.

Medios de información para una organización

Los medios de información en una organización, buscan intercambiar un conjunto de mensajes de dicha institución, de tal modo, que la comunicación organizacional como disciplina, otorga dentro de las empresas la potestad para la creación de medios internos y externos, que difundan a los diferentes públicos las acciones que involucran la organización.

En este punto, vale aclarar que se entiende la comunicación externa como “el conjunto de mensajes emitidos por cualquier organización hacia sus diferentes públicos externos, encaminados a mantener o mejorar sus relaciones con ellos”¹⁰.

Es así como, por medio de las comunicaciones externas se emiten los mensajes de una organización hacia sus diversos públicos, siendo un apoyo importante para mantener y mejorar el reconocimiento de una empresa a nivel externo, proyectando una imagen favorable, un ambiente de confiabilidad y una buena publicidad de sus productos y servicios.

La información que una organización desea transmitir, tanto interna como externamente, se da a través de los diversos medios de comunicación existentes. Para decidir cual de las alternativas se adapta mejor para responder a las necesidades de la empresa o cual cumple de forma más eficiente con el objetivo deseado al momento de su publicación, se deben analizar experiencias

¹⁰ COLLADO, Carlos Fernando. La comunicación en las organizaciones. Ediciones Trillas. México D.F.1991.

Cáp. 2 Horacio Andrade Rodríguez de San Miguel. ‘ Hacia una definición de la comunicación organizacional’. Pág. 30, 31,32

comunicacionales anteriores y a los medios de comunicación ya existentes en la organización.

Es así como, se llega a pensar en la prensa o en un medio de comunicación escrito e impreso, como una de las alternativas para lograr el objetivo general que guía este trabajo: aumentar el nivel de información en las comunidades del Magdalena Medio sobre los proyectos y procesos que se dan desde la empresa en esta zona por medio del informativo 'La Iguana'.

Se concluye esto a la luz de las experiencias anteriores desarrolladas por la oficina de comunicaciones, y considerando que a lo largo de la historia de la era de la información uno de los medios más antiguos y que más se ha utilizado es la prensa, la cual fue creada para mantener informadas a las personas.

Este medio escrito está propuesto para informar, generar opinión, promover un producto, entretener, además de difundir opiniones de interés y acontecimientos sociales. Desde su estructura pretende informar y orientar el pensamiento de un lector a favor de la obtención de una imagen favorable de la empresa.

“El periódico es una de las mejores formas de interiorizar los acontecimientos, porque se convierte en nuestro interlocutor; su característica es ponerse en contacto, con la visión y el modo de pensar de quienes trabajaron la información como editorial, artículo de opinión, nota informativa (...) El periódico esta ahí, a nuestro alcance, a cualquier hora, sin sujetarnos a la programación de quien emite el mensaje”¹¹.

Entre sus modalidades se encuentra el informativo, el cual es utilizado por las empresas como uno de sus medios favoritos al momento de transmitir la información que les interesa que sea recibida por sus públicos externos, de tal

¹¹ CALVIMONTES, Jorge. El Periódico. Ediciones Trillas. México D.F. 1993. Pág. 115

modo y de acuerdo con lo que dice Collados¹², es una de las maneras de influir en las opiniones de las personas. Lo que busca es darle a la organización un mejor posicionamiento y reconocimiento de la imagen que está maneje, sus productos y sus servicios.

El medio escrito permite a sus lectores descifrar el mensaje, aunque se debe tener muy presente que este se encuentra en desventaja a otras alternativas como la radio y la televisión, en la medida que si algún destinatario no sabe leer, no podría emplear la prensa para informarse. “Sólo el asiduo lector o el que lo haga muy eventualmente puede emplear el periódico para informarse, no así quienes sean analfabetos”.¹³ De modo que el medio es directo y visible, a través de sus contenidos permite informar a una población entera de sus mismos acontecimientos.

Por esta razón, se piensa en la creación de más canales de comunicación, teniendo como base un informativo escrito, que se convierta en soporte de la imagen de la empresa, al tiempo que se aborda a un público estratégico para el logro de los objetivos corporativos, siendo a la vez en un medio social, que llegue a la comunidad sin depender de emociones preparadas, de modo que un líder de la misma pueda informarla de lo ocurrido, o de lo que podría acontecer, y de esta forma eliminar las barreras que impidan que la información llegue al destinatario deseado.

A la vez, se toma la información que contenga dicho canal como modelo para retransmitirla a través de otros medios que sean asequibles por diversos tipos de públicos, es por tal motivo que se hace indispensable y necesario que los

¹² COLLADO, Carlos Fernando. La comunicación en las organizaciones. Ediciones Trillas. México D.F.1991.

¹³ CALVIMONTES, Jorge. El Periódico. Ediciones Trillas. México D.F. 1993. Pág. 115

principales receptores de dicho informativo sean líderes generadores de opinión pública.

Líderes de Opinión

Para ampliar el papel y concepto de aquellos que se consideran líderes de opinión, vale decir que estos son personas que surgen del diario vivir y el compartir de las situaciones sociales, la comunidad, sociedad, grupo. Estos son los individuos capaces de dirigir y persuadir, con un instinto de poderío que los hace sobresalir en los grupos a los que pertenecen.

Para entender lo anterior, se debe tener en cuenta que “el fenómeno del liderazgo es psicosocial, producto de las relaciones de los individuos entre si, de los efectos de esas relaciones”¹⁴.

“La importancia de los líderes en la formación de opinión es tal, que muchas decisiones derivan de esa influencia”¹⁵, por esto es vital mantenerlos informados.

“La respuesta que se obtiene de un líder es más rápida, en cuanto que este presenta razonamientos a un individuo o comunidad, a diferencia de un medio masivo”¹⁶. En el primer caso la comunicación se establece entre sujetos lo que facilita la interacción.

De este modo, el autor concluye en que el líder tiene influencia, por el contacto personal, que hace que el individuo ceda, de tal forma como influencia personal para tomar una decisión.

¹⁴ RIVADENEIRA, Prada Raúl. La Opinión Pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio. Ediciones Trillas. México D.F. 1995. Pág. 198

¹⁵ RIVADENEIRA, Prada Raúl. La Opinión Pública. Análisis, estructura y métodos para su estudio. Ediciones Trillas. México D.F. 1995. Pág. 198

¹⁶ Íbid.

En el proceso de comunicación en una empresa también se deben tener en cuenta los actores que habitualmente se involucran en las comunicaciones externas los cuales pueden ser, el departamento de comunicaciones, los clientes, el gobierno, las instituciones educativas, proveedores, medios de comunicación, la comunidad local, la competencia, entre otras instituciones del entorno, todos estos generadores de opinión pública.

2.2 METODOLOGÍA

La definición de una estrategia informativa ajustada a los requerimientos comunicacionales de Ecopetrol, se basa en el análisis de los medios de comunicación anteriores y vigentes, detallando en cada uno de ellos la intención comunicativa, periodicidad, tiempo de emisión, características respecto a su circulación, así como la identificación de las razones que los llevaron a desaparecer si este fuera el caso. Los medios de comunicación observados se clasificaron en vigentes o no vigentes.

Luego de este paso, se toma la decisión de crear un informativo escrito que se distribuya por las zonas de influencia de Ecopetrol en la región del Magdalena Medio. El proyecto del mismo pasó a otras instancias dentro de la compañía proceso después del cual es aprobado teniendo en cuenta su viabilidad, tiempo de ejecución y presupuesto.

Desde ese momento se da inicio a la búsqueda de un referente conceptual en libros y experiencias propias así como de otras empresas, por medio de las cuales se construye el proyecto escrito guía para la ejecución, producción y diseño del informativo propuesto.

Así mismo, se actualiza y renueva la base de datos de los destinatarios del informativo, para esto se depuran las bases de datos ya existentes y se incluyen personas nuevas.

De forma paralela, en un primer momento se establecen las funciones y tareas dentro de la dependencia que serán responsabilidad del pasante.

Para el diseño del informativo se toma como guía el Manual de Identidad Corporativa de la empresa, conservando los lineamientos para publicaciones externas. Además aspectos como el nombre, las secciones, contenidos, periodicidad y cantidad de ejemplares por edición son definidos, en este momento, en trabajo conjunto entre la pasante y la tutora, jefa inmediata.

En esta fase de formulación del documento escrito guía para la realización del informativo, se realiza un estudio de mercado en Barrancabermeja, solicitando para tal fin, cotizaciones a las principales litografías interesadas en participar en el proceso de selección para el contrato de diagramación e impresión.

En la fase de producción o ejecución del medio de comunicación al que se hace referencia, se tiene como primer paso: la preselección de los temas a tratar, la cual esta precedida por el trabajo de reportería y profundización en cada uno de ellos, teniendo en cuenta que este es el insumo primordial de los artículos a publicar.

En segundo orden, pero de manera simultánea se recopila el material fotográfico que apoyará y complementará cada artículo.

El material escrito, es revisado por la jefa del área quien a su vez remite cada artículo al Jefe de la Unidad de Imagen Corporativa en Bogotá, quien finalmente emite la aprobación para la impresión y publicación de cada edición.

Si bien se dejan estipulados, aclarados y verificados los procesos y parámetros para la ejecución y mantenimiento del informativo, cabe resaltar que es necesario realizar una medición del mismo, con el fin de saber que está pensando el público al que llega y como ha sido su nivel de aceptación, por lo cual en este proyecto se plasma un modelo de sondeo (Ver Anexo. A) el cual servirá de base para analizar los diferentes focos que se le ha dado al informativo 'La Iguana'.

A continuación se presenta el cronograma de actividades relacionadas con la formulación y publicación de cada edición del informativo propuesto, las mismas fueron proyectadas y cumplidas por la pasante.

Cronograma de Actividades

	Febrero				Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio				Agosto			
Semanas	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Análisis de los medios de comunicación existentes			■	■																								
Cotización del presupuesto					■	■																						
Ajustes al proyecto							■	■	■	■	■	■	■	■														
Construcción de la base de datos													■	■														
Diseño del informativo															■	■												
Recolección de la información																	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Edición # 1																	■	■	■	■								
Edición #2																									■	■	■	■

3 OBJETIVOS

3.1. OBJETIVO GENERAL

Aumentar el nivel de información en las comunidades del Magdalena Medio sobre los proyectos y procesos que se dan desde la empresa en esta zona por medio del informativo 'La Iguana'.

3.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar el informativo, estableciendo parámetros de estilo y procedimiento para la recolección de información, la elaboración de las notas, los cuales sirvan de guía para quienes lo vayan a ejecutar.
- Ejecutar el Informativo 'La Iguana' como estrategia para divulgar los proyectos más representativos de gestión social que adelante Ecopetrol en el Magdalena Medio.
- Fortalecer los canales de comunicación entre los líderes generadores de opinión pública en el área de influencia de Ecopetrol.
- Mantener la misma línea periodística en todas las ediciones del informativo, conservando así el manejo estético, de contenido y distribución de sus publicaciones.

4. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

El presente documento describe las actividades que se realizan a lo largo de la pasantía, el proceso de como se crea el informativo escrito, y las labores que cumple la estudiante a lo largo de su proceso de aprendizaje.

Con el fin de aportar al mejoramiento de los medios y las comunicaciones externas en Ecopetrol S.A. se realiza un análisis de los antecedentes comunicacionales en la empresa, y se plantea la idea de diseñar un informativo escrito de distribución bimensual y gratuita, con el que se busca fortalecer la información que se emite desde la Unidad de Imagen Corporativa hacia la región del Magdalena Medio.

Mediante un consenso con los integrantes de la oficina que tiene a cargo el proyecto se decide que 'La Iguana' es la mejor opción de nombre para este informativo, debido a que este animal es parte del logotipo que representa a la empresa y al tiempo es un referente cultural para la comunidad que conforma el público objetivo de este medio.

Además se considera que por medio de este nombre, se resalta la imagen de una empresa que piensa más en el bienestar ecológico que en su propio producto, el petróleo, por esta razón se descartan nombres como: Infopetrol, Eco informativo, Iguanotas, entre otros.

4.1. ACTUALIZACIÓN DE LA BASE DE DATOS

Teniendo en cuenta las bases de datos suministradas por los líderes del Departamento de Responsabilidad Integral y la recopilación de antiguas bases de datos, se hace la unificación de la base para la distribución del informativo.

Se quiso clasificar los sectores de mayor interés para la empresa según los factores a mostrar.

De esta manera se hace la siguiente segmentación del público objetivo:

- ✓ Inicialmente la producción por edición es de mil ejemplares, por lo tanto se busca que el público objetivo esté conformado por los líderes de opinión pública de la región del Magdalena Medio y algunos de Bucaramanga, dado que se considera ellos son multiplicadores de la información.

Entre estos se incluyen: los Medios de Comunicación, quienes a través de sus medios (radio, prensa, televisión) difunden la información, Instituciones gubernamentales (Alcaldes, Ediles, Concejales y las Secretarías Departamentales), Universidades, ONG's, fundaciones, Servicio Nacional para la Enseñanza y el Aprendizaje, Sena y líderes comunitarios asentados en los lugares donde se desarrollan proyectos (Yondó, Lizama, Llanito, Sabana de Torres, El Centro, Cantagallo y Puerto Wilches).

Tabla 3. Base de datos de destinatarios.

BASE DE DATOS		
Nombre	Lugar	Cantidad
Alba Luz Amaya	RRI	300
Mary Jenny Córdoba	RRI - MM	200
Rosa Estrella	RRI	100
Janeth Rocío Peláez	Bucaramanga – ICP	100
Nirama Duarte		100
Paul Álzate – Piedad Moreno	Cira- Infantas	100
Antonio De Jesús González	La Voz del Petróleo / Bca.	1
Wilson Lozano	Caracol Televisión / Bca.	1
Wilson Bornechera	Emisora Colombia / Bca	1
Angélica Suárez	Cer / Bca	1
Edinson Núñez	Yariguies St. / Bca	1
Andrés Schmalbach	Enlace TV / Bca	1
Garibaldi López	La voz del petróleo / Bca	1

Eduardo Franco	La verdad / Bca	1
Daniel Barba LLanes	La voz del petróleo	1
Ronald Serrano	Siete Dias	1
Francisco Serrano	Enlace TV	1
Jeaneth Ojeda	La Noticia	1
Jorge Enrique Yepes	La voz del petróleo	1
Pedro Severiche	Enlace TV	1
Gilberto Jiménez	La voz del petróleo	1
Blanca Isabel Herrera	CDPMM	1
Alberto Santa Cruz	RCN radio	1
Carlos Villamizar	El democrático	1
Edgar Omar Bustos	Vanguardia Liberal	1
Raúl Meneses	La voz del petróleo	1
Guillermo Bejarano	El Periódico	1
Iván Daniel Martínez	El Barrranqueño	1
Soel Caballero	Siete días	1
Rosberg Perilla	Enlace TV	1
Álvaro Pinzón	CREDHOS	1
Carolina Cantillo	Telepetróleo	1
Yanith Rueda	Enlace TV	1
Gabriel Galvis	El Barranqueño	1
Henry Ripio	El Frente	1
Orlando Carvajal	Vanguardia Liberal	1
Yurani Carrascal	Yariguíes St	1
Luis Alfredo Estevez	La noticia	1
Edilberto Cabrera	Enlace Tv	1
Edgar Pernet	Vanguardia Liberal	1
Gilberto Jiménez	Vanguardia Liberal	1
Patricia Rojas Yepes	Barrancabermeja	1
Alonso Eljach	Yariguies st.	1
Prensa y Comunicaciones	Palacio Municipal	1
Irely Guzman Aranzalez	La república – B/manga	1
César González Quiroga	B/manga	1
Juan Manuel Cárdenas	Vanguardia Liberal B/manga	1
José Oscar Machado	Vanguardia Liberal B/manga	1
Carla Aranda	B/manga	5
		947

Fuente: Oficina de Comunicaciones Externas Barrancabermeja.

4.2. COTIZACIÓN

Para la aprobación del informativo se deben tener claros los costos de diagramación e impresión anual.

Para conseguir esto, se realiza un análisis de mercado, por medio de un sondeo telefónico, invitando a las diversas litografías a participar en el proceso de contratación para el servicio de diagramación e impresión.

Partiendo de esto, la Oficina de Contratación es la encargada del proceso de selección de la litografía y de su contratación.

Vale la pena acotar que este proceso se completó en cuatro meses, motivo por el cual, el cronograma inicial que se tenía estipulado para la edición del informativo tuvo alteraciones.

4.3 PRESUPUESTO

4.3.1 Recurso Humano

Cargo	Cantidad
Jefe de la Unidad en Bogotá	1
Comunicador encargado de la zona de Barrancabermeja	1
Practicante en Barrancabermeja	1
Diseñador Grafico	1
Fotógrafo	1

Los presupuestos de estas personas son los asignados por la empresa y el del diseñador está incluido en el contrato de diagramación e impresión.

4.3.2 Recursos Técnicos y Financieros

Recurso	Cantidad	Valor Unit.	Valor	Responsable
Diagramación e impresión	5.000	\$1.100	\$5.500.000	Empresa
Fotografías	150	\$20.000	\$3.000.000	Empresa
Computador con Internet	Suministrado por la empresa			
Salario de la Pasante	6	\$630.000	\$3.780.000	Empresa
Viáticos	Suministrados por la empresa			
TOTAL			\$12.280.000	

4.4. DISEÑO DEL INFORMATIVO

4.4.1 Formato y diseño

El informativo 'La Iguana' está diseñado exclusivamente para los públicos externos de las zonas de influencia de Ecopetrol en la región del Magdalena Medio.

El informativo consta de dos hojas (papel Propalcote de 115gr), con un tamaño de 48 x 32 centímetros abierto, las cuales se doblan en forma de cuadernillo, dando como resultado un informativo de ocho páginas, incluida portada y contraportada.

Cada página interior, tiene márgenes de 2 centímetros de espacio en los cuatro lados. La impresión se hace a full color, con gran cantidad de fotografías en diversos tamaños.

La portada lleva un cabezote especial establecido en el Manual de Identidad Corporativa, el logo de la empresa y una fotografía que abarca toda la página.

En el cabezote se resaltan el nombre del informativo, mes, año y número de edición, su diseño combina los colores institucionales de la empresa: verde claro y verde oscuro. De igual manera el diseño juega con la figura de una iguana, el logotipo de Ecopetrol y el lema: Energía para el futuro. *Ver fig. 4.*

Es importante resaltar que en la portada se maneja siempre una fotografía relacionada de forma directa con la temática medio ambiental, la misma está acompañada por una frase en la que se resume el tema central de la edición, y la fuente tipográfica de la misma es igual a la de los títulos internos.

Figura 4. Cabezote portada



Las páginas internas no están enumeradas, pero contienen un cabezote interno en el que se resalta el nombre de la sección manejada en cada una de ellas. El formato de este cabezote es similar al de portada, pero en un tamaño más reducido. *Ver fig. 4 y 5.*

Figura 5. Cabezote interno derecho



Figura 6. Cabezote interno izquierdo



La distribución de los artículos en el impreso se determina de forma aleatoria dependiendo del contenido de cada edición, así como la relación entre los temas. En cada página se disponen uno o dos artículos procurando siempre no sobrecargarla de texto, se busca que el diseño sea rico en material fotográfico.

Para las crónicas y reportajes de mayor extensión, se disponen las páginas 4 y 5, garantizando que el principio de diseño expuesto anteriormente se mantenga en la totalidad del informativo: Más imagen, menos texto.

Así mismo, se considera de gran valor para la unidad del diseño y diagramación del informativo, el uso de tablas, gráficos y mapas, entre otras ayudas visuales que permiten complementar, argumentar y ampliar los conceptos expuestos por escrito.

4.4.2 Recolección de información

Una vez establecidos los criterios de diseño y diagramación del informativo 'La Iguana', se fijan los parámetros de recolección y selección de los temas de cada edición.

Lo anterior se hace, a la luz del objetivo general perseguido por este medio de comunicación: fortalecer las relaciones de la empresa con las comunidades de su zona de influencia. Por tal motivo para esclarecer el perfil de la información a manejar, así como los criterios de selección de los temas de acuerdo a su relevancia se siguen los siguientes pasos:

- ✓ Primero, se caracteriza al público objetivo: para esto se habla con cada uno de los líderes de los proyectos de Gestión Social de la empresa,

quienes encuentran en el informativo propuesto, el canal idóneo para la difusión de sus proyectos especialmente, en los municipios del Magdalena Medio, distintos a Barrancabermeja.

- ✓ A la vez, mediante charlas informales con diferentes personas beneficiadas de los diversos proyectos realizados por el Departamento de Responsabilidad Social entre otras dependencias, surgen diversas ideas para la distribución del informativo y las sesiones que debe contener el mismo.

Es de mencionar que en los viajes realizados por la pasante (o en su defecto por el responsable del informativo) a zonas como Piedecuesta, Sabana de Torres, Puerto Boyacá, Puerto Palagua, Puerto Peralez (Antioquia), El Centro, Lizama y Bucaramanga, con el propósito de recolectar la información necesaria para la redacción de los artículos de cada edición, se aprovechan como espacios de relación directa con los destinatarios del producto final aumentando así el conocimiento que se tiene de ellos, recopilando sus impresiones, expectativas y sugerencias respecto al informativo 'La Iguana'.

- ✓ Para finalizar esta etapa y en trabajo conjunto con los jefes de área se define el perfil del informativo, y se profundiza la información de los textos del primer número.

Las acciones anteriores permiten conocer de primera mano los proyectos de corte social o aquellos dirigidos especialmente a la comunidad que conforma la zona de influencia de Ecopetrol S.A. para hacer una definición y jerarquización acertada de los temas que serán tratados en el informativo. De igual forma, por medio de correo electrónico enviado a cada gestor de proyectos y a los jefes de diversas áreas, se hace una invitación para que aporten sus propios temas.

Este proceso se repetirá para la ejecución de cada informativo.

La decisión final de los temas contenidos en cada edición será tomada por el encargado de la Unidad de Imagen Corporativa en Barrancabermeja y el practicante de turno.

✓ Secciones del informativo:

- Medio Ambiente.
- Educación.
- Social.
- Productividad.
- Innovación.
- Comunidad.
- Responsabilidad.
- La nota central de las páginas 4 y 5 (Crónicas, reportajes, etec)
- Breves.

Se debe mencionar, que no todas las secciones están presentes en cada edición, por el contrario se permite la libre elección de las mismas dependiendo de los temas que se decidan para cada publicación. En las tres primeras ediciones en las que la pasante tuvo participación, se publicaron de la siguiente manera:

Tabla 4. Secciones seleccionadas para las tres primeras ediciones.

Edición # 1	Edición # 2	Edición # 3
jun-08	ago-08	sep-08
Portada	Portada	Portada
Educación	Medio Ambiente	Educación
Innovación	Comunidad	Responsabilidad
Centro (Crónica)	Responsabilidad	Medio Ambiente
Social	Social	Responsabilidad
Productividad	Social	Comunidad
Breves	Productividad	Social

Fuente: Realizada por la pasante, según los informativos emitidos en esa ediciones.

Al culminar este proceso que se realiza para cada edición, se redactan los artículos siguiendo los parámetros establecidos por la empresa para publicaciones externas, pero sin olvidar el compromiso social de transmitir información clara y verdadera, conservando en cada uno el criterio periodístico que parte de que: “las noticias se construyen a partir de la realidad social, esto implica que se ve la comunicación no como un proceso lineal sino que incluye la labor de los públicos en su interacción con los mensajes de los medios”¹⁷.

A su vez, teniendo claro que cualquier organización para su buen funcionamiento tiene la necesidad de darle un muy tratamiento a las comunicaciones tanto internas como externas y de esta manera se ve prácticamente en la obligación de no guardar silencio y así comunicar sus procesos de una manera, manejando la imparcialidad y la equidad.

Seguido de esto se selecciona el material fotográfico que acompaña cada texto, en algunos casos el fotógrafo acompaña al periodista encargado del artículo en el trabajo de reportería, en otros casos donde la nota no requiera del traslado del periodista el fotógrafo se encarga de esto siguiendo los requisitos para la toma de la fotografía, las fotos también podrán ser tomadas del archivo que tiene la dependencia.

- ✓ Luego de este paso, se envía el informativo a la litografía en donde lo diagramaran de acuerdo con lo establecido y se da la orden de impresión, luego de la revisión y aprobación del arte final.

4.4.3 Parámetros para la realización

- ✓ En el informativo se difundirá todo lo relacionado con las actividades de la empresa que involucran públicos externos como: comunidad de las áreas de influencia de la empresa, comunidad estudiantil, gremios, fundaciones, etc.

¹⁷ MARTINI Stella: Periodismo, noticia y noticiabilidad. Bogotá Grupo: Editorial Norma, 2000. P. 103

- ✓ Se destacarán los proyectos de inversión social que haga la empresa a lo largo del Magdalena Medio, especialmente en las zonas donde Ecopetrol tiene influencia.
- ✓ Los artículos que contendrá el informativo se realizarán con criterio periodístico basado en la imparcialidad de los temas. Respondiendo así a las 5w básicas para su realización.
- ✓ La portada siempre será una fotografía que resalte el color verde (tanto por los colores institucionales como por el apoyo que se está brindando a los temas ambientales), no llevará titulares, solo un frase que compacte el tema central del informativo, la cual irá en letras blancas.
- ✓ Siempre sin excepción, se publicará un artículo relacionado con el medio ambiente, problemas que haya y las soluciones o proyectos en los que la empresa esté trabajando para lograr un ambiente sano para la población.
- ✓ Por página se publicarán de uno a máximo dos artículos, esto para no sobrecargar la vista, las páginas 4 y 5 que son las del centro siempre abarcarán un mismo tema, sin excepción.
- ✓ No se publicarán artículos en donde se atente contra la integridad de alguna persona, entidad o u empresa que represente competencia directa para Ecopetrol.
- ✓ Las notas publicadas no llevarán créditos de autor personales, aunque esto no exime la responsabilidad de la información suministrada. Los créditos de la dependencia responsable del informativo, del redactor, del fotógrafo, del editor y la litografía encargada de la diagramación e impresión, se presentarán en una bandera al final de alguna de las páginas internas del informativo.

- ✓ Las fuentes tipográficas serán:
 - Para títulos, antetítulos y subtítulos, se usará la letra corporativa (Ecopetrol).
 - Para textos extensos, pie de fotos y entradillas se manejará la fuente cambria.
 - Para el diseño de tablas, cuadros e infográficos se manejará la fuente helvética.
 - El tamaño se seleccionará según el texto y el espacio.

- ✓ La escritura de los artículos debe ser clara, concisa, informal y de fácil lectura, sin utilizar tecnicismos. De ser indispensable el uso de alguna palabra técnica, se especificará su significado entre paréntesis seguido de la palabra.

- ✓ Las notas no deben ser tan extensas y por el contrario se manejará contenido visual que sea representativo al tema.

- ✓ El manejo de las siglas se hará luego de que se haya mencionado su significado completo en un párrafo inicial.

- ✓ Las imágenes y fotografías siempre deberán ser de muy buena calidad y a todo color.
- ✓ El contenido de las fotos deberá siempre incluir a personas que muestren que los procesos de la empresa no son solamente técnicos, siempre deberán tener recursos humanos.

4.4.4. Cronograma de Realización

Este cronograma se ejecutará de igual manera para cada edición del informativo.

Se aclara, no obstante que en el mes de Enero se emitió una edición especial de un informativo de gestión social por esto, durante este año solo se publicarán 5 ediciones.

PRODUCCIÓN

- Primera Edición: 25 Febrero - 18 de Abril
- Segunda Edición: 28 de Abril – 20 de Junio
- Tercera Edición: 30 de Junio- 22 de Agosto
- Cuarta Edición: 1 de Septiembre – 24 de Octubre
- Quinta Edición: 3 de Noviembre – 26 Diciembre

SEMANA	1	2	3	4	5	6	7	8
Actividad								
A	X							
B		X	X					
C				X	X			
D						X		
E							X	
F								X

- A) Selección de los temas
- B) Investigación y recolección de la información de los temas seleccionados y toma de fotografías
- C) Producción de los textos
- D) Correcciones
- E) Envío a la litografía y correcciones
- F) Distribución del informativo impreso.

4.5 OTRAS ACTIVIDADES

De Forma paralela a las actividades desarrolladas en directa relación con la producción del informativo 'La Iguana' la pasante adscrita a la Unidad de Imagen Corporativa, realiza diversas labores propias de la oficina y como apoyo a la tutora encargada del proceso de pasantía, quien a su vez era la profesional encargada del área en Barrancabermeja.

Entre las labores desempeñadas se destacan cinco notas hechas para el programa mensual de televisión Ecopetrol T.V. que es transmitido por el Canal Institucional nacional, y los canales regionales: TRO (Santander y Norte de Santander), Telecaribe, Teleantioquia y Enlace 10 (Barrancabermeja).

Acompañamiento al camarógrafo y al fotógrafo a diversos eventos en los que la empresa participaba, realizando notas para los medios de la empresa y recolectando información para algunos de los comunicados de prensa.

Apoyo en la organización de ruedas de prensa y eventos como la feria del agua y el día mundial del medio ambiente, los cuales fueron de gran magnitud e involucraban a la comunidad barranquera en general.

Soporte en la realización de medios audiovisuales institucionales para el Departamento de Responsabilidad Integral, como el video del proyecto que apoya a los bomberos de Piedecuesta.

Así como el apoyo a varias de las actividades propias de cada jornada laboral en la Refinería, por ejemplo las visitas industriales de algunos de los medios de comunicación que se interesaban por realizar notas sobre la empresa y sus novedades.

5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Este proyecto buscó crear una estrategia comunicativa para incrementar el nivel de información que se estaba emitiendo desde la empresa hacia las comunidades donde Ecopetrol hace presencia con proyectos de perforación, exploración y producción, y que a su vez como empresa con un código de ética y de buen vecino, proyectos de gestión social con dichas comunidades.

Los conocimientos adquiridos durante el tiempo de estudio y la excelente orientación de la tutora y de la asesora del proyecto, dieron la confianza para desarrollar y desempeñarse satisfactoriamente durante el periodo de pasantía, a su vez la experiencia que deja el proceso laboral, aseguran el éxito del lo propuesto.

Este documento no sólo refleja el por qué ‘La Iguana’ se manejó como estrategia de comunicación, para aumentar el nivel de información sobre la empresa en la región del Magdalena Medio, sino que muestra los pasos de como se creó el informativo y a la vez funciona como guía para quienes van a continuar con el proceso de ejecución.

El proyecto muestra los parámetros más importantes que se deben seguir, para mantener la línea de estilo, de edición y de contenido en los temas que se publican en él. De esta forma se recomienda a quienes lo van a ejecutar mantener la homogeneidad en la realización para así generar recordación en la comunidad como un medio informativo.

Desde la planeación se contempló que el trabajo llegaría hasta el planteamiento y ejecución de la propuesta y que sería pertinente en una etapa posterior hacer medición de impacto del mismo, y así poder tener posibilidades de mejora y obtener el índice de aceptación por parte del público a quien llega el informativo.

Sin embargo, en este documento se presentan los resultados de un sondeo realizado a 30 personas escogidas de manera aleatoria, tomadas a partir de las bases de datos a las que se les envía el informativo 'La Iguana', la muestra es el 30% de la totalidad de personas que reciben el informativo de forma directa.

La primer pregunta indaga sobre los factores que motivaron a las personas a leer el informativo, de lo cual se obtiene que un 60% de los lectores les interesa leer el informativo por los contenidos temáticos, por el contrario a nadie le motivan los títulos, de igual forma factores como la fotografía, la portada y los comentarios de alguien más, son también de gran influencia en la decisión de leer o no 'La Iguana'.

El 43% de las personas piensan que los temas que se deben tratar con mayor profundidad son los relacionados con proyectos sociales, seguido de los temas medio ambientales con un 23,33%, en este punto otro tema que llama la atención es el empleo con 16,67%. Temas como el movimiento accionario y los proyectos propios de la empresa no tienen tanta relevancia en las personas como para ser tratados con mayor dedicación.

En el cuestionamiento sobre si el informativo es de fácil lectura, el 86,67% de personas afirman que sí, mientras que un 3,33% asegura que la combinación de altas y bajas en las letras dificulta demasiado ésta haciéndola pesada a la vista.

Para un 33,33% de los encuestados el informativo es de fácil lectura por el diseño, por el contrario nadie apoya la idea de la cantidad de texto, un 20% de las personas coinciden que su no complejidad esta en la redacción, otro 20% apoya la idea que el enfoque que se le da a las notas permite que 'La Iguana' sea sencilla y ágil de leer, dejando así a un 3,33% que apoya el estilo de letras.

Finalizando el sondeo se dejó espacio para una pregunta abierta que buscaba medir el nivel de recordación que 'La Iguana' genera en los lectores,

preguntándoles que en ese momento cual era la nota que más recordaban y porque, el 30% coincidió en que no recordaba nada en ese momento pero argumentaron que era por otras circunstancias ajenas a que no les gustara el informativo, sin embargo un 60% de las personas recordaron uno que otro tema siempre argumentando que lo tenían en la memoria por algún interés particular o personal, entre las notas más recordadas están el despliegue que se le hace a la información que sale en la edición # 6 de 'La Iguana' sobre el convenio que hace Ecopetrol con servicio público de empleo del Sena, de esta misma edición recordaron la historia del hombre que tenía alas para volar tan alto como sus sueños, de ediciones pasadas recordaron temas, como la rendición de cuentas realizada en Yondó (Antioquia) en el 2008, proyectos de Instituto Colombiano de Petróleos ICP, entre otros proyectos que involucran a la comunidad del Magdalena Medio.

El 10% restante de los resultados del sondeo, le correspondió a un grupo de personas a las que les llega el informativo y que no han tenido la oportunidad de observarlo con detenimiento, por tal razón se ubicó su opinión en la opción NS/NR.

Al mismo tiempo, que los receptores de 'La Iguana' daban sus respuestas, con el transcurrir de la conversación surgieron algunas observaciones que podrían ser válidas al momento de pensar en una mejora del informativo, sugerencias tales como el aumento en el tiraje, una mejora en la distribución y mayor cubrimiento de la parte urbana del Magdalena Medio, son aspectos que se deben tener en cuenta para futuras ediciones.

Con la realización de este sondeo se dio un primer acercamiento a lo que puede estar sucediendo externamente y lo que se puede estar diciendo externamente del informativo.

Por lo tanto se deja como recomendación sistematizar procesos de evaluación y seguimiento constantes del producto, en plazos no superiores a los 6 meses

en donde se pueda realizar una confrontación, de lo que se dice en la empresa frente a lo que dice el público al que llega el informativo. A partir de los mismos se debe de forma posterior analizar cualitativamente, si las sugerencias observaciones y críticas hechas por los lectores han sido atendidas y en determinado caso implementadas.

Al mismo tiempo, se deberá hacer un análisis cuantitativo acerca del número de ejemplares publicados en cada tiraje. Esto basado en las necesidades u observaciones hechas de manera directa por el público del informativo 'La Iguana'.

De igual forma, se recomienda contar con modelos básico de evaluación del contenido temático, redacción y diseño, si bien estos fueron los ganadores en el sondeo hay que continuar con un seguimiento detallado para mantener el nivel el que se está manejando hasta el momento.

Cuando ya se lleve un adecuado control y el seguimiento pertinente antes las cosas expuestas hasta el momento, es necesario diseñar un mecanismo de medición de impacto del informativo 'La Iguana'. Este debe ejecutarse como mínimo anualmente para corroborar los efectos positivos o negativos del medio de comunicación ante el público del mismo. Es indispensable y de vital importancia que las futuras mediciones se realicen involucrando al área rural del Magdalena Medio, ya que es allí en donde se encuentra el mayor porcentaje de receptores.

Cabe reasaltar, que es importante mantener actualizada la base de datos, dado que se corroboró que algunas direcciones, teléfonos, destinatarios han cambiado, esta revisión debe hacerse mínimo semestralmente por la persona que este a cargo de la distribución.

De igual forma, hay que implantar un seguimiento y un posible acompañamiento a los gestotes sociales en cuanto al trabajo y el apoyo que

estos ofrecen, en el momento de la difusión y distribución del informativo, entre los líderes y la comunidad de las zonas rurales del Magdalena Medio.

Al mismo tiempo, se estipula que las inquietudes o dudas que sean enviadas a través del correo electrónico dispuesto para recibir comentarios y sugerencias, deben ser atendidas en forma directa y rápida, y de ser necesario realizar aclaración o corrección en la próxima edición. Y adicional a esto si se requiere la voz de un experto se publicará como es debido.

Así como los medios impresos son importantes, las tecnologías también con el avance rápido e intrépido que estas hacen en el diario vivir, es recomendable que en la página web www.ecopetrol.com.co se inserte en formato PDF cada una de las ediciones del informativo, esto podría montarse en la opción 'Sala de Prensa' que se encuentra en la pestaña 'En Línea'.

Por último, se recomienda mantener la realización del informativo, ya que este genera un espacio para dar a conocer a Ecopetrol como una compañía que trabaja por el bienestar de las comunidades, las cuales a lo largo de su existencia han servido como base para su progreso y desarrollo. Siendo este, una buena opción al momento de fortalecer la imagen de la empresa en las zonas en la que se distribuye, por ser un canal directo entre la empresa y la comunidad.

BIBLIOGRAFÍA

ÁLVAREZ, Tomás Y **CABALLERO**, Mercedes. Vendedores de Imagen. Los retos de los nuevos gabinetes de comunicación. Ediciones Paidós, SAICF. Buenos Aires.1997.

COLLADO, Carlos Fernando. La comunicación en las organizaciones. Ediciones Trillas. México D.F.1991.

GARBETT, Thomas. Imagen Corporativa. Como crearla y proyectarla. Legis Editores S.A. Bogotá. 1991.

MARÍN, Antonio Lucas. La comunicación en la empresa y en las organizaciones. Bosch Casa Editorial, S.A. Barcelona. 1997.

MARTINI, Setlla. Periodismo, noticia y noticiabilidad. Editorial Norma. Bogotá. 2000.

PRICE, Vincent. La opinión pública esfera pública de la comunicación. Ediciones Paidós Ibérica, S.A. 1992.

RAMÍREZ, Txema. Gabinetes de Comunicación, Funciones, disfunciones e incidencia. Bosch Casa Editorial, S.A. Barcelona. 1995.

ANEXOS

ANEXO A. INSTRUMENTO PARA SU SEGUIMIENTO

AYÚDENOS A MEJORAR

Por favor, dedique un momento a completar esta pequeña encuesta, la información que nos proporcione será utilizada para mejorar nuestro producto comunicativo.

Sus respuestas serán tratadas de forma confidencial y no serán utilizadas para ningún propósito distinto a la investigación llevada a cabo por la Gerencia Refinería Barrancabermeja.

Esta encuesta dura aproximadamente 5 minutos.

Si usted ha leído el informativo “La Iguana” por favor responda de lo contrario no lo haga. Gracias.

Seleccione con una X la respuesta que mejor se acomode a su opinión:

1. ¿Qué factores lo motivaron a leer el informativo?

- a- La portada _____
- b- Los títulos _____
- c- La fotografía _____
- d- Los contenidos temáticos en las notas _____
- e- El comentario de una persona _____

2 ¿Qué temas considera se deberían tratar con más profundidad o que serían de más interés?

- a- Medio ambiente _____

- b- Empleo _____
- c- Proyectos sociales _____
- d- Proyectos de la empresa _____
- e- El movimiento accionario _____

3. Considera que el informativo es de fácil lectura?

- a- Si _____
- b- No _____ Porqué?

Si su respuesta es positiva continúe con la siguiente pregunta, de lo contrario pase a la # 5, de llegar a ser negativa exponga porque.

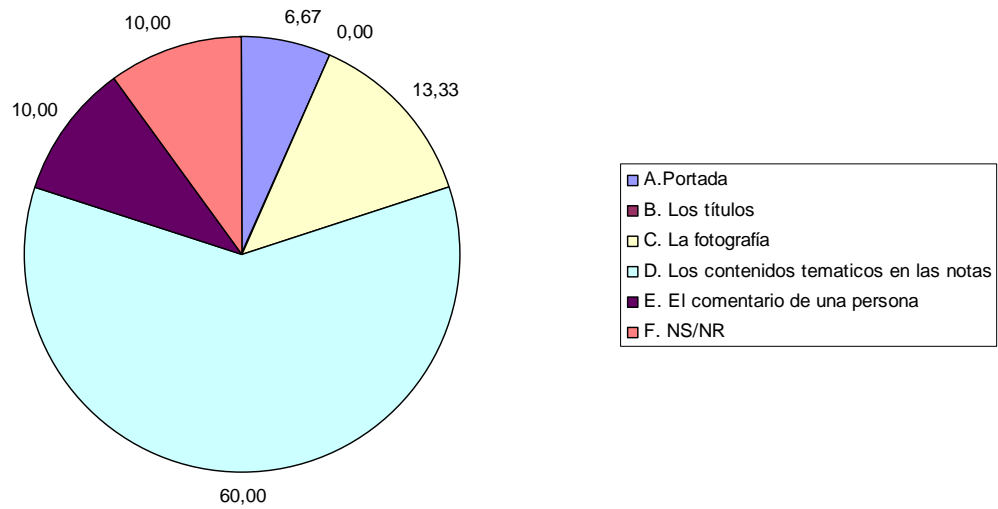
4. El informativo es de fácil lectura por:

- b- Estilo de las letras _____
- c- Manejo del color y la fotografía _____
- d- Por la redacción _____
- e- Diseño _____
- f- Cantidad de texto _____
- g- Enfoque de las notas _____

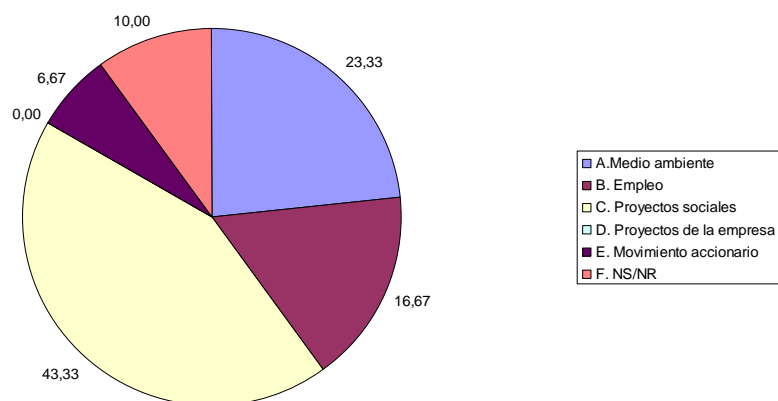
5. ¿En este momento que nota es la que más recuerda y porqué?

A continuación se presentan los resultados del sondeo ejecutado. Los valores se presentan en porcentaje y pregunta por pregunta.

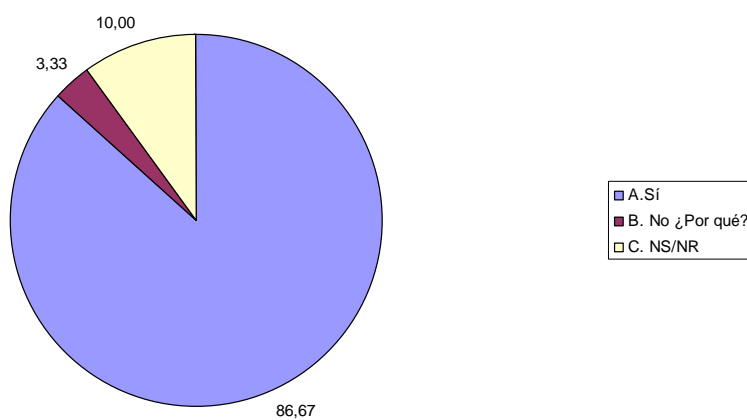
1. ¿Qué factores lo motivaron a leer el informativo?



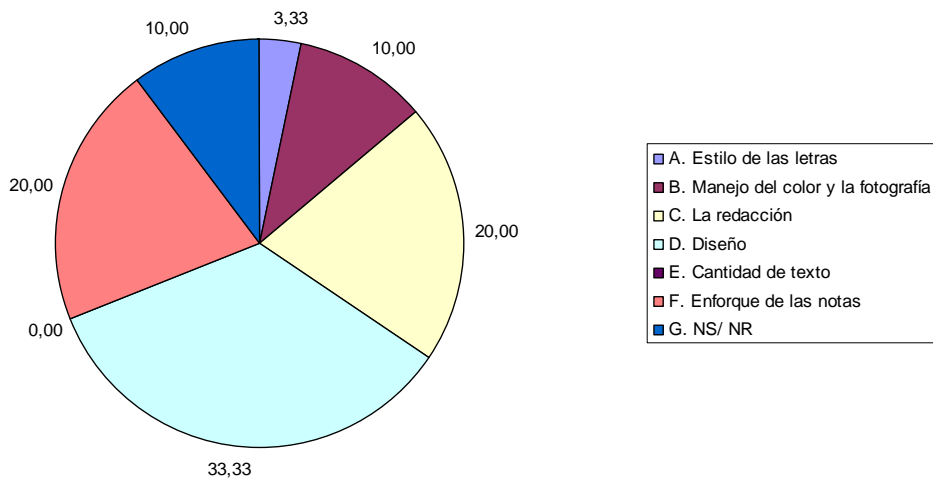
2. ¿Qué temas considera se deben tratar con más profundidad o que serían de más interés?



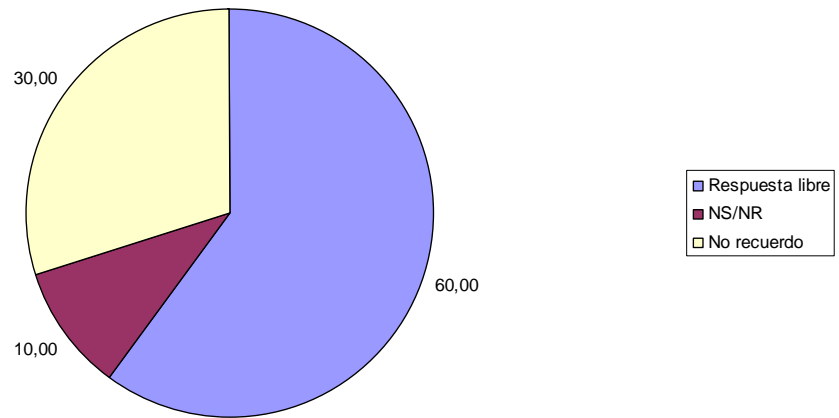
3. Considera que el informativo es de fácil lectura. ¿Por qué?



4. El Informativo es de fácil lectura por:



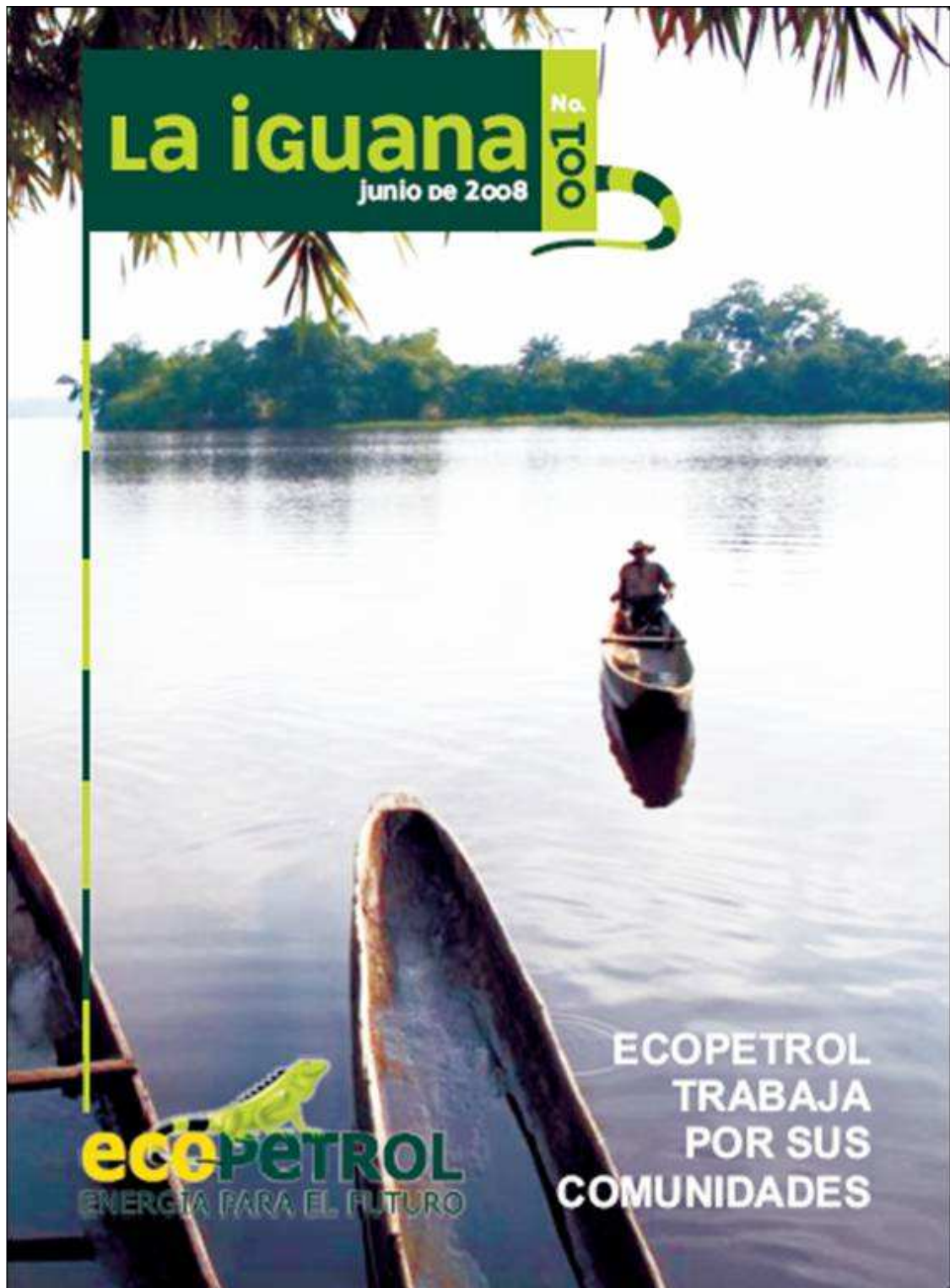
5. En este momento que nota es la que más recuerda y porqué?



Entre los más recordados se encuentran:

- ✚ “El servicio Publico de empleo del Sena porque es un tema interesante.
- ✚ Un proyecto de pesca, porque hace referencia al trabajo con la comunidad.
- ✚ Una nota sobre Asomoreros.
- ✚ El artículo sobre Transparencia del Empleo en Barranca.
- ✚ Todos los artículos que mencionan los proyectos de ICP en Piedecuesta.
- ✚ Los que apoyan los proyectos de medio ambiente.
- ✚ La nota de la Rendición de Cuentas que se realizó en Yondó (Antioquia).
- ✚ El señor que tenía alas para volar.
- ✚ La semana de la ciencia.
- ✚ Una nota que hablaba sobre la colaboración y ayuda a los discapacitados en Barrancabermeja.
- ✚ El proyecto Ondas.
- ✚ Recursos que se han invertido en distintos trabajos con Bomberos Piedecuesta.
- ✚ Día del agua, que habló sobre una conferencia que se desarrollo este día.

ANEXO B. EDICIÓN 1 DEL INFORMATIVO 'LA IGUANA'



educación

La CIRA INFANTAS capacita a sus comunidades

Ben díom los padres y abuelos, la educación es la mejor herencia, y acogiéndose a esta sabia frase el proyecto La Cira Infantas quiere dejar ese legado para los habitantes del corregimiento El Centro. Hoy estos son los ejes de formación y aprendizaje que van desde lo más elemental hasta educación superior.

A Crecer

El programa tiene como meta erradicar el analfabetismo en el corregimiento. Actualmente cuenta con 37 fac. Etidores que se encargan de enseñar a jóvenes y adultos en cada vereda. En el primer semestre de 2007 se inscribieron 486 personas; en el segundo semestre 545, y en el 2008 están estudiando 1.151 personas en primero básico y avanzado segundo primer curso y quinto de primaria (ver figura No. 1)

Orientación laboral

El convenio se firmó con el de organizar la oferta y demanda laboral sobre la base de la herramienta informática del SENA para el Servicio Público de Empleo.

A la fecha el convenio ha tenido diversos alcances, tales como la caracterización de la mano de obra del corregimiento lo que ha permitido otorgar las certificaciones a quienes han cumplido con los requisitos, gracias a que la divulgación y sensibilización del programa se ha hecho constantemente y eficientemente.

El eje central de la oficina es educativo y los resultados a la fecha son excelentes. Sólo en el primer trimestre de 2008 (ver figura No. 2)

Formación para la acción

Después del programa de reconversión laboral que capacitó a más de 200 personas en 9 áreas distintas a la industria, se crearon 22 nuevas empresas que generan alrededor de 350 ocupaciones y sustentan el fo a de cinco de familias. Hoy está en marcha un nuevo programa llamado Formación para la Acción. Este programa pretende capacitar en el nivel técnico y no formal a más de 300 personas en media docena de áreas distintas a la industria petrolera con formación técnica y no formal durante 6, 12 y 18 meses.

Actualmente se adelantan cuatro cursos de nivel técnico laboral en las áreas de contabilidad sistematizada, administración, sistemas y mantenimiento de computadores y ventas y mercadotecnia.

En el nivel no formal hay estudiantes en cursos de cestería e industria de la hospitalidad, sistemas básicos y artesanía. Por comenzar están: cocina, maestro de construcción y operario y mantenimiento de máquinas de confección. Cada estudiante cuenta con uniforme, útiles escolares y la comodidad del aire acondicionado en cada aula taller.

	CURSOS DE FORMACIÓN	NO-FORMAL
2007	Primera etapa	218
	Primera etapa	128
	Segunda	148
	Total	494
2008	Primera etapa	159
	Primera etapa	97
	Segunda	114
	Tercera	88
	Total	458
2009	Primera etapa	188
	Primera etapa	128
	Segunda	148
	Tercera	105
	Cuarta	200
	Quinta	222
	Total	1091

Figura No. 1

CURSOS	ACTIVIDADES	COMPLETADOS
1	Programa de alfabetización	516
2	Programa de gestión de la hospitalidad	410
3	Programa de sistemas básicos	480
4	Programa de cestería	78
5	Programa de mantenimiento de máquinas de confección	140
6	Programa de orientación	174
7	Programa de sistemas de contabilidad sistematizada	90
8	Programa de formación no formal	0
9	Programa de capacitación	54
10	Programa de cestería	100

Figura No. 2

Escuela nueva de la Vereda Campo 14



Alrededor de 200 millones de pesos se invirtieron para la construcción de la nueva escuela en la vereda Campo 14 que contará con dos aulas para recibir las clases, un espacio para biblioteca y aula de informática, dos amplias banijas de baños, un espacio cubierto para la recreación y una oficina para el profesor y visita, con baño y cocina. Durante los dos meses de la construcción se han generado alrededor de 40 empleos directos e indirectos.

Rafael Andrés Asencio Velasco, uno de los estudiantes beneficiados se felicitó con las labores de construcción: "yo que la he visto ya felizito a La Cira Infantas por todo lo que está haciendo por

nosotros. Mis compañeros están contentos porque sabemos que va tener aires, sala de informática y los salones limpios, asegura el menor de ellos solo 10 años.

Calificación de maestros

La capacitación también ha llegado a los maestros del corregimiento El Centro. En 2007 participaron en diplomados de competencias intelectuales básicas y actualización de inglés básico. Luego de esta etapa, adelantaron los manuales de convivencia con el objetivo de formar cívicamente a los estudiantes.

La Iguana

Se usa publicación del artículo de imagen Corporativa de la empresa E.P.A.
 Fotos: Carlos Acosta - Jorge Torres - Sergio Díaz - Paul Alatorre - Silvia Contreras.
 Fotos: Sergio Melgarejo - Delfino Guzmán y Divina María.
 Diseño: Imprenta: Gráficas.
 Si tiene preguntas, direcciones o comentarios escríbanos a: art@amradioecopetrol.com.co



23 años liberando investigaciones

El pasado 11 de junio cumplió 23 años el Instituto Colombiano del Petróleo de Ecopetrol, ubicado en Piedecuesta (Santander). Durante este tiempo ha desarrollado un trabajo constante en materia de investigación y desarrollo, lo que le permite contar con 23 patentes otorgadas y 15 nuevas solicitudes, 115 productos tecnológicos, 96 registros de derechos de autor, 20 marcas registradas y un dinamismo de aportes a la industria petrolera nacional.

En términos de cifras, en 2007 logró para Ecopetrol US\$40 millones en beneficios comprobados por sus aportes tecnológicos y una productividad de sus laboratorios de \$32 millones, todo ello en el marco del cumplimiento de metas en materia de seguridad industrial y salud ocupacional, así como en la satisfacción de usuarios.

Durante el 2007 el ICP logró la certificación de sus proyectos de investigación y de innovación tecnológica en el orden de \$35 mil millones, otorgada por Colciencias, lo cual será base para el cálculo de la exención tributaria, que se estima en un valor superior a los \$15 mil millones (US\$ 7,5 millones). Este beneficio se espera obtener luego que el Instituto presentó 21 proyectos a consideración de este organismo, de los cuales fueron acreditados 2 proyectos de investigación y 19 de innovación tecnológica.

El ICP también apoya el direccionamiento de la estrategia de gestión de conocimiento, y como parte de ello este año se inauguró la Universidad Corporativa, como centro de entrenamiento para fortalecer las competencias técnicas y humanas de los trabajadores de la compañía, como un mecanismo para apoyar la estrategia de consolidación organizacional que le apuesta al recurso más valioso: el talento humano.



Pequeños en la Onza de la Investigación



Más de mil niños santanderinos se contagian del espíritu de un Albert Einstein o un Isaac Newton, para a partir de su propia experiencia comenzar a desarrollar proyectos con gran sentido investigativo.

Ello es a través del programa Ondas de Colciencias, que promueve la investigación desde temprana edad en los pequeños, para lograr transformar la educación en Colombia.

El programa, que patrocina Ecopetrol, Gobernación de Santander, Secretaría de Educación de Bucaramanga, SENA, Bienestar Familia, Fundación So da PDS, y

las Universidades Autónoma de Bucaramanga y Sin Gé, hoy se suma a más de mil a nivel de cerca de 40 instituciones educativas en todo el departamento.

Investigación en la salud

“¿gen toxin también se del Río de Oro de Piedecuesta?” fue uno de los proyectos expuestos por parte de alumnos del Colegio Humberto Gómez Nigrota, el cual representó a Santander en Bogotá 2007.

El proyecto en su primera fase tenía como objetivo buscar antecedentes del Río de Oro y recolectar información sobre su impacto ambiental en Piedecuesta.

Actualmente, el estudio se encuentra en su segunda fase, que consiste en educar a la comunidad en la preservación de la principal fuente hídrica de Piedecuesta, establecer compromisos de entidades Gubernamentales y de carácter privado en el cuidado del río, y finalmente, elaborar un documento técnico donde se evidencien los resultados obtenidos y su influencia en la comunidad.

Otros Proyectos

Vidalgemex, Actinal rebelde, ciutagras plásticas, abono animal, ruido, montaje a temprana edad, buxam ortio, material didáctica, reciclaje, las drogas, más plantas más vida, son temas de otros trabajos de investigación que ponen a pensara los pequeños sobre los distintos factores que influyen en su desarrollo.

Para Yaneth Rodo Peláez, funcionaria de gestión social de Ecopetrol, el apoyo a este tipo de iniciativas relacionadas con la ciencia, la tecnología y la innovación son otra forma de generar desarrollo en la comunidad, “ porque de estos pequeños investigadores con ideas innovadoras, pueden surgir grandes descubrimientos”.

Así apoya Ecopetrol en la construcción de semillas de investigación para transformar la educación del departamento del país.

UNA GOTTA DE AGUA HACE LA DIFERENCIA



La frase 'Agua pesa y corroy' y así que no le ve' podría pasar de ser un simple juego de palabras una advertencia real.

por tal razón es de vital importancia que tanto personas como instituciones, se sensibilicen en torno a la preservación del preciado líquido.

Según el IDEAM (Instituto de Hidrología, Meteorología y Estudios Ambientales) es la actualidad el 50% de la población urbana de Colombia vive con problemas de suministro de agua y en el año 2025, el 69% de la población enfrentaría riesgos de desabastecimiento del líquido.

Colombia es un país de ríos, ciénagas, lagos, entre otros cuerpos de agua con una oferta de 50 litros por segundo en un kilómetro cuadrado, pero que paradójicamente sufre sed.

La región del Magdalena Medio es privilegiada en recursos naturales y las fuentes hídricas no son la excepción. Barrancombejía, por ejemplo, está rodeada por siete ciénagas y cuenta con sus vertientes a los ríos Magdalena y Sagrado.

sabía que:
El agua dulce es el recurso más valioso del mundo. Solo el 1% corresponde a nuestra vida. El agua dulce es un recurso limitado y vulnerable. Solo el 0.01% de la tierra es apta para la agricultura y la ganadería. El agua dulce es un recurso vital para la vida humana y animal. El agua dulce es un recurso vital para la vida vegetal. El agua dulce es un recurso vital para la vida animal. El agua dulce es un recurso vital para la vida humana. El agua dulce es un recurso vital para la vida animal. El agua dulce es un recurso vital para la vida humana.

En cambio, para ser una de las ciudades de Colombia con mayor cantidad de agua en su territorio, sus cuerpos hídricos tienen una constante amenaza por cuenta de la contaminación de los ríos, herbicidas, plaguicidas y espaladores, por la basura y el vertido orgánico que invade las ciénagas ante la falta de un sistema de alcantarillado eficiente.

Lo anterior, obligó que las instituciones privadas en la zona, lideradas por la administración municipal, dieran soluciones para mejorar la calidad hídrica.

Comienzan las acciones institucionales

El trabajo en el campo se inicia desde el plan de desarrollo de la Alcaldía de Barrancombejía ejecutando las acciones del proyecto de saneamiento hídrico, con el que se busca darle tratamiento a las aguas residuales que caen sobre la Ciénaga San Silvestre, que corresponde a la mayor parte de las aguas negras de las comunas 5 y el sector agrícola de la ciudad, según Isaac López, Secretario de Medio Ambiente de este Municipio.

En el proyecto se invierten más de 100 millones de pesos para dar solución definitiva al problema de contaminación al cuerpo de agua y como Scopetrol, la Gobernación de Santander, el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Territorial, entre otras entidades que apoyan la iniciativa.

A la fecha existe un convenio suscrito entre Scopetrol, la Alcaldía de Barrancombejía y el Centro de Estudios Regionales, por \$192 millones, cuyo objetivo es terminar de implementar físicamente el proyecto para

que se ajuste a los requerimientos de Municipios y así mismo, conformar la gerencia del proyecto y constituir una fiducia encargada de manejarlo financieramente.

“Trabajamos con el fin institucional para sumar esfuerzos en los proyectos de recuperación, lo que nos permitirá tener una misma dirección” comentó el secretario de Medio Ambiente de Barrancombejía.

Scopetrol, una empresa con proyección

Con la construcción de 3 etnas (millas cuadradas) en una estructura de concreto, para recoger los residuos sólidos que llegan a este cuerpo de agua desde la ciudad, Scopetrol busca disminuir el impacto ambiental sobre la Ciénaga Miramar.

El proyecto se ejecutó directamente por la Empresa, realizó labores hidráulicos para disminuir la profundidad del cuerpo de agua, así como la construcción de un muro de contención en el trazo donde se instalaron las etnas.

Actualmente se trabaja en el acople y guerra en marcha de 42 m de ancho superficial a la escuela del Cerro las Cuadras a la Ciénaga Miramar, hacia los pozos de Scopetrol, lo que permitirá un mayor intercambio de oxígeno en el cuerpo de agua y la promoción de la actividad de las etnas.

En el último año la Reducción de Barrancombejía invirtió \$21.700 millones en infraestructura.

Responsabilidad social ambiental y calidad ambiental son los pilares del desarrollo.

- Mantenimiento integral de la planta de tratamiento de aguas residuales.
- Optimización de los sistemas existentes y reparaciones de aguas lluvias y sistemas.
- Mejoramiento de los sistemas de recuperación de los residuos.
- Optimización de los sistemas de tratamiento de efluentes.

En esta misma línea, Scopetrol implementó un proyecto de neutralización en la Planta de Tratamiento de Aguas Residuales, PTAR, mediante la utilización de 10 toneladas de gas carbónico, que dejó de ir a la atmósfera y generó el conocimiento sobre el efecto invernadero.

Ampliamente el proceso se adelantaba con ácido sulfúrico. Ahora con la implementación de esta tecnología limpia, se obtienen nuevas ventajas ambientales, económicas y de seguridad.

Adicionalmente en el marco de su política de buen vivir, Scopetrol suscrobó convenios para adelantar planes de prevención de riesgo en los municipios del Magdalena Medio, ubicados en su área de influencia, con la idea de capacitar a las comunidades en caso de emergencias.

Scopetrol garantiza el cumplimiento legal ambiental de sus instalaciones y de todos sus proyectos de inversión, teniendo al día licencias, permisos, autorizaciones ambientales y materias dadas por las autoridades ambientales, y adicional a ello, realiza monitoreo continuo de las condiciones ambientales de las áreas operativas.

De esta manera Scopetrol trabaja coordinadamente con las instancias

gubernamentales de prevención y atención de desastres y las autoridades ambientales, a través que pertenecen al Plan Nacional de Contingencia contra derrames de hidrocarburos, derrames y sustancias nocivas en todos los cuerpos de agua presentes a todo el territorio Nacional.

Cultura Ambiental

El tema del fortalecimiento de la cultura ambiental en la ciudadanía es primordial para las entidades responsables del medio ambiente. Conscientes de que la gestión hacia la preservación de los recursos naturales renovables y no renovables, son entre otros los compromisos que tienen la secretaría del Medio Ambiente, la Corporación Autónoma Regional de Santander CAS, Compañía S.A., Scopetrol entre otras instituciones.

Cabe señalar que muchas de las empresas ya iniciaron estas acciones implementando acciones y procesos de mejoramiento con sus empleados para conciliar un mejoramiento en la gestión ambiental.

Scopetrol, como empresa comprometida con el ambiente, adelanta permanentemente acciones con incorporación de tecnologías de punta que van desde la instalación de sensores distribuidos en las zonas y monitoreo hasta la segregación, tratamiento y reutilización de agua en sus instalaciones.

De su parte, la Corporación Autónoma Regional de Santander CAS, realizó campañas en los municipios de Santander en pro de la conservación del medio ambiente, a través de conferencias

teóricas y prácticas, basadas en el conocimiento de la necesidad de preservar el agua. De igual forma, la Secretaría de Medio Ambiente realiza reconocidos concursos a nivel de municipios, para sensibilizar a la ciudadanía en temas de conservación del agua, así como las variables atmosféricas que pueden influir en los resultados.

En ese sentido avanzan planes de mejoramiento ambiental de las ciénagas de Barrancombejía y San Silvestre, que incluyen la rehabilitación de sus orillas y la protección de sus aguas para garantizar la captación del líquido en condiciones adecuadas.

El Plan de Saneamiento Hídrico de Barrancombejía liderado por la Alcaldía de esta ciudad, está alineado con un programa de educación ambiental que busca generar un cambio de cultura ambiental en la ciudadanía.

DE CASO DE EMERGENCIA AMBIENTAL POR HIDROCARBUROS, LLAME A LAS LÍNEAS 01800017845 DE SCOPETROL Y 01800011123 DE LA FUNDACIÓN NACIONAL, QUE SIEMPRE ATENDERÁN DE MANERA GRATUITA EN SU OFICINA.



ecopETROL equipa a los niños



Dicen que quien piensa en los niños, piensa en el futuro; por esta razón y pensando en el bienestar de los más pequeños, Ecopetrol realizó dotaciones y mejoramiento de instalaciones en centros educativos y hogares de bienestar familiar que implicaron la inversión de \$640 millones, con la idea de conseguir que más de mil niños jueguen desde el fondo de sus almas el mejor remedio para todos los males: Sonreír...

Las dotaciones

- 17 hogares infantiles, de los municipios de Candelaria y Puerto Wilches, vinculados al ICBF recibieron dotaciones de: televisores, DVD, juegos didácticos, bibliotecas virtuales, colchonetas deportivas, mesas, sillas, grabadoras, filtros de agua, kits con utensilios de cocina, tanques de agua y juguetes, para beneficiar a 2246 niños.
- El Colegio Industrial de Puerto Wilches recibió dotaciones para su taller de electricidad, consistiendo en herramientas como: taladros, cepillos, caladoras industriales, martillos, llaves, cuabillos, entre otros elementos. Gradualmente, 50 alumnos maltratan actualmente sus prácticas sin contratarle paz.
- 30 estudiantes de la escuela Santa Teresa pudieron mejorar su calidad académica gracias a la dotación de mesas, sillas, tableros, material didáctico, elementos deportivos, entre otros objetos.
- 3 Restaurantes escolares de Patito Alto, Patito Bajo y Sin Zona, del municipio de Candelaria, recibieron dotación de neveras, kits de cocina y filtros de agua para mejorar la alimentación de 100 niños que allí toman diario.

6 escuelas de las veredas Patito Alto, Patito Bajo, Sin Zona, El Cedro, Betas de Bolívar y el taller de soldadura del colegio José María Vargas Wila renovaron su apariencia para brindar mejores condiciones a los más de 600 niños que estudian en estos establecimientos.

Más de \$ 600 millones para el Cesar

Con aproximadamente 905 Km² de extensión, el municipio de San Martín en el Departamento del Cesar está habitado a lo largo y ancho por gente californiana con deseos de mejorar su calidad de vida, esa es la razón para que Ecopetrol en conjunto con otras entidades a su vez esfuerzos para realizar proyectos que beneficien a sus pobladores.

Uno de los proyectos que ya fueron ejecutados en acuerdo con la Alcaldía de San Martín, consistieron en la construcción de dos aulas nuevas y una habilitación en la escuela Terraplén, la construcción de dos aulas y la dotación de mobiliario en la escuela San José de las Américas, así como la rehabilitación y el mantenimiento de cinco kilómetros de la vía que conduce de Martín a Castro Bocalan en el área rural del municipio.

La empresa también apoyó un programa de reforestación de la parte alta de la microcuenca de la quebrada Tococoma, mediante el establecimiento de 15 hectáreas de especies nativas y frutales en sus márgenes. En el proceso, la comunidad produce el material vegetal en sus fincas, lo establece en las márgenes de la quebrada y lo cuida para que tenga un buen desarrollo y cumpla con el objetivo de protección de las áreas de ronda de la zona.

Adicionalmente a la rehabilitación, se desarrolló un programa de capacitación dirigido a los estudiantes de 10 grado de los diferentes colegios de San Martín, sobre separación y manejo de residuos sólidos. El proyecto busca prepararlos en estos

temas y crear un efecto multiplicador en las comunidades.

Otro de los convenios que está en plena ejecución es el firmado con Aapalmar y Fundepalma, mediante el cual se apoya a 60 familias para la siembra de 600 hectáreas de palma. Los beneficiarios recibirán las utilidades del cultivo establecido en un periodo de 3 años. Cada año de fructificación tiene la posibilidad de sembrar 10 Ha en su finca que le generará de 4 a 50MM\$/

La inversión total colocada en San Martín fue de \$1 mil millones, de los cuales Eco petrol aportó \$677 millones.



ARTESANÍAS EN PLENO VUELO



Si está en el Aeropuerto Yariguíes a punto de viajar y recuerda que olvidó comprar un obsequio para alguien especial o simplemente un recordatorio de su paso por Barrancabermeja, puede estar tranquilo.

Gracias al convenio firmado entre Eco petrol, la Alcaldía de Barrancabermeja, Artesanías de Colombia y el Programa de Desarrollo y Paz del Magdalena Medio usted podrá comprar los más bellos obsequios hechos por los artesanos de la región.

El stand, que hace parte de este convenio, se instaló con el fin de comercializar las artesanías elaboradas por los beneficiados de este proyecto en el Magdalena Medio. Paralelo a esto, el convenio realiza capacitaciones a los artesanos residentes, desplazados o en riesgo de desplazamiento de los municipios de Barrancabermeja,

Campo Capote, Cimitarra, Regidor (Bolívar), la Gloria (Cesar) con el fin de ayudarlos a generar una alternativa económica.

En el desarrollo del convenio, 29 alumnos ya finalizaron un curso en la elaboración de artesanías en madera, mediante un curso de ebanistería de dos niveles (básico y avanzado) y actualmente 45 personas cursan en el Centro de Convivencia Ciudadana (CCV) de Barrancabermeja, una capacitación para la fabricación de artesanías en tagua.

Próximamente se abrirán más cursos para el perfeccionamiento de técnicas en cuero, alfarería, cacho, hueso y tejidos, las cuales también serán ofrecidas en la vitrina comercial.

60 MICROEMPRESAS SE PREPARAN

En desarrollo de un convenio firmado entre Eco petrol, el Comité de Gremios y la Cámara de Comercio de Barrancabermeja, 60 empresas proveedoras de la estatal de petróleos están adelantando un plan de acción que les permitirá mejorar sus debilidades y potenciar sus fortalezas, para de esta manera, abrir nuevos mercados e incrementar sus ventas.

Las capacitaciones se están desarrollando luego de darse a conocer un estudio que evidenció las debilidades administrativas, financieras, comerciales y de calidad de los 60 negocios.

Gracias al programa de fortalecimiento empresarial, los beneficiarios han mejorado sus indicadores entre el 20 y 120% respecto al estudio preliminar, gracias al acompañamiento de 15 estudiantes de últimos semestres de carreras afines con las áreas a desarrollar y el apoyo de tres expertos en mercadeo, finanzas y calidad, quienes asisten a los empresarios y estudiantes para lograr un verdadero impacto en las organizaciones.

Este proyecto que se viene ejecutando desde mayo del 2007, tuvo una inversión de \$490 millones, de los cuales Eco petrol aportó \$280 millones y la Cámara de Comercio \$212 millones en financiación con el Sena.

El costo del programa para cada empresario fue de \$300 mil, es decir, cada uno recibió un subsidio del 96% del valor total.



BREVES



1



2



3



4



5

1. Escopetroil deca bre cruzado en Tempranillo.

Más oportuno no podía ser el descubrimiento de crudo en Tempranillo Itika, departamento que en la actualidad produce de forma directa cerca de 19 mil barriles.

En el momento de las pruebas fluyó crudo y gas de forma natural, es decir, sin ninguna ayuda artificial. El crudo es liviano (17 grados API) y fluyó a tasas que oscilaban entre 1.600 y 2.400 barriles por día. Las producciones de gas estuvieron entre 2,0 y 2,75 mil barriles por día.

2. Denuevo el Cristo nos ilumina.

En su cumpleaños 116, Barrancabermeja recibió como regalo la recuperación de la iluminación de este monumento insignia para la ciudad. Esto fue posible gracias al esfuerzo y dedicación de los trabajadores de la refinera que lidieron los trabajos de mantenimiento y puesta en marcha del mismo. De día y en noche el Cristo estará iluminando las noches de la Barrancabermeja.

3. La historia hace 90 años nos dio la gloria.

El pozo histórico II, ubicado en el asentamiento El Centro de Barrancabermeja, fue el primer pozo de la historia petrolera colombiana. El campo La Graciana, del que hace parte, pasó a manos del Estado colombiano en 1951 por cuenta de la Reversión de Marzú, que también le dio vida a la entonces Empresa Colombiana de Petróleos, hoy Ecopetrol S.A. Gracias a este pozo Colombia tiene un pasado que los sitúa al presente petrolero.

4. Sabana de Torres se prueba y se certifica.

Gracias a un convenio entre Ecopetrol S.A., la Alcaldía de Sabana de Torres, el Sena y la Corporación CEI y con una inversión de \$25 millones, 117 habitantes, entre los que se cuentan 45 secretarías, 26 transportadores, 32 soldadores y 14 electricistas, recibieron sus certificados en compañía laboral correspondientes a sus áreas. Con un total de 385 personas que se inscribieron en este proceso, se busca contribuir al fortalecimiento de la mano de obra local, como un mecanismo que permita asegurar la calidad en los trabajos y la aplicación de normas de salud y seguridad industrial en las labores relativas a la industria petrolera.

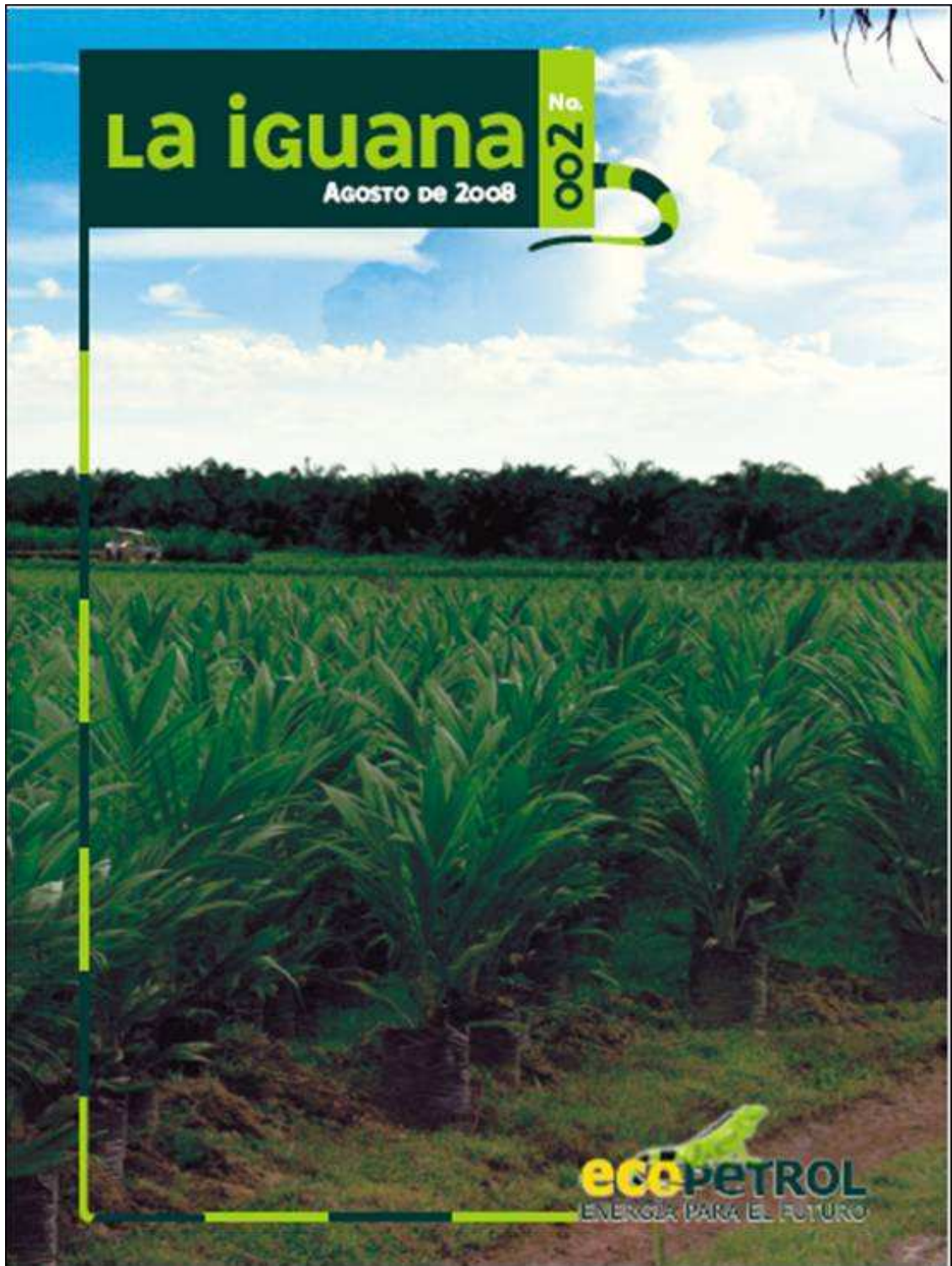
5. Pan recién hecho para ayudar a los abuelos.

Gracias a un convenio con la Corporación Centro Día de Asociaciones de la Tercera Edad de Barrancabermeja, Comatenos y Ecopetrol S.A., se creó una panadería que servirá de apoyo para las diferentes asociaciones de la tercera edad. El pan que se hace se reparte a diario entre estos grupos para que los abuelitos vendan y así contribuyan con los gastos de sus asociaciones.

El pan se elabora con ingredientes seleccionados que ayudan a la nutrición. Se manejan ingredientes saludables como la avena, el centeno y la stevia, adición de vitaminas y minerales esenciales para el buen funcionamiento del cuerpo.

La panadería, que está ubicada en la calle 1 con carrera 16 de Barrancabermeja, se llama "Los Abuelitos".

ANEXO C. EDICIÓN 2 DEL INFORMATIVO 'LA IGUANA'



aire limpio, un derecho de todos

Vivir en un aire limpio es un derecho de todos. En la vida real esto es absolutamente imposible, por esta razón cada día a día debemos trabajar por la no contaminación ambiental y por hacer contrapunto a la contaminación global.

Ecopetrol, en su política de Responsabilidad Social, tiene como compromiso la protección y cuidado del medio ambiente, para ello está trabajando desde el interior de sus procesos diferentes acciones conducentes a disminuir sus impactos al ambiente.

Una de las estrategias ambientales es la de mejorar la calidad de los combustibles que se producen y desde ahora se contribuirá con un aire más limpio para los colombianos. Una de estas acciones se adelanta en Barrancabermeja con la construcción de las unidades de hidrotratamiento que quedarán terminadas en el 31 de diciembre de 2010 y donde se disminuirán los niveles de azufre de las gasolinas y el diesel a partir de una ley de límite hidrógeno.

La idea es producir y distribuir en el país un diesel de hasta 50 partes por millón (PPM) de azufre y gasolina de hasta 2000 PPM.

Pero además de los \$500 millones de dólares de inversión que implica la construcción y puesta en marcha de estas unidades, Ecopetrol adelanta otras acciones que apuntarán a mejorar la calidad de los combustibles y que le permitirán cumplir con las metas propuestas. Para ello se dispuso de un presupuesto de \$4.500 millones de dólares que incluye, entre otras acciones:

• **Mixtura del leonardito con diesel** importado de los Estados Unidos. A partir de julio, y mientras que están terminadas las obras de modernización de las refinerías de Cartagena y Barrancabermeja, Ecopetrol está importando entre 10 y 24 millones de galones por día de diesel de alta calidad, por un valor estimado de \$150 millones de dólares.

• **Gas Natural Vehicular**. Con el fin de fomentar el uso del gas natural vehicular, Ecopetrol ha invertido en los últimos 4 años \$17 millones de dólares.

La red de monitoreo de calidad de aire está conformada por una estación automática que registra en tiempo real la concentración de NO_x, SO_x, CO, O₃ y otros contaminantes en las ciudades con los datos a la central de comunicaciones de la Refinería de Barrancabermeja, en donde son depurados, procesados y comparados con los límites máximos permisibles para cada parámetro establecido.

Además Ecopetrol posee equipos de monitoreo como medidores de alto volumen High-Volume para la medición de Partículas Suspensas Totales (PST) ubicados en los barrios Páramo, Reina y Bosque y un equipo para medición de ozono al parámetro.

En la tabla se presenta una descripción de los equipos que conforman el sistema de monitoreo de calidad de aire.

Nº	Modelo/ Marca	Ubicación	Equipos asociados
1	Hi-Vol 1000	Barrio Reina y Bosque	Analizador de Hidrógeno (H ₂), Oxígeno (O ₂), Sulfuro de Azufre (SO ₂), Dióxido de Azufre (SO ₃), Dióxido de Carbono (CO ₂) y Monóxido de Carbono (CO)
2	Hi-Vol 1000	Barrio Reina y Bosque	Medidor de partículas de Alto Volumen (Hi-Vol), Sulfuro de Azufre (SO ₂) y Dióxido de Azufre (SO ₃)
3	Hi-Vol 1000	Barrio Reina y Bosque	Partido de partículas de Alto Volumen (Hi-Vol)
4	Hi-Vol 1000	Barrio Reina y Bosque	Partido de partículas de Alto Volumen (Hi-Vol)
5	Hi-Vol 1000	Barrio Reina y Bosque	Partido de partículas de Alto Volumen (Hi-Vol)
6	Hi-Vol 1000	Barrio Reina y Bosque	Partido de partículas de Alto Volumen (Hi-Vol)

• **Biodiesel**

Ecopetrol está invirtiendo \$72.500 millones de pesos en proyectos de producción de aceite de palma o biodiesel, el cual será mezclado con el diesel industrial para de esta manera poder obtener un combustible más limpio. Actualmente en la Refinería de Barrancabermeja se adelanta la construcción de la planta de Biodiesel de Colombia, una empresa que tiene el 50% de participación de Ecopetrol y el 50% restante de siete empresas petroleras del Magdalena Medio.

En materia de infraestructura de sus instalaciones y a modo de mejorar los procesos de producción se está construyendo la planta de Hidrotratamiento, la cual se encargará de tratar las corrientes de combustibles obtenidas en la refinería y retirar contaminantes como Azufre (S), Nitrógeno (N) y metales pesados en los hidrocarburos sustituyéndolos por Hidrógeno (H₂).

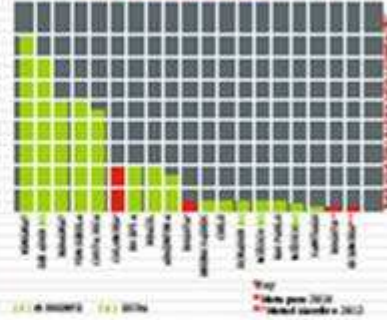
Actualmente la refinería cuenta con una unidad de hidrotratamiento, al finalizar este proyecto contará con dos (2) unidades adicionales (una para diesel y otra para gasolina), de tal forma se obtendrá un diesel de 50 ppm y gasolina con contenidos de 200 ppm.

De igual forma están modernizando las refinerías de Barrancabermeja y Cartagena, con el objetivo de obtener un mayor volumen de combustibles limpios y minimizar la producción de productos pesados.

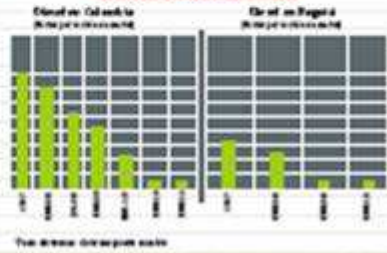
Con estas acciones Ecopetrol busca entregar al país combustibles más limpios lo cual redundará en una mejor calidad del aire. Sin embargo, cabe resaltar que Barrancabermeja recibirá beneficios adicionales debido a que se reducirán los niveles de azufre en los diferentes entornos de la Refinería.

CANTIDAD DE OZONO EN BARRANCABERMEJA

Parte por millón de ozono



PERÍODO DE MONITOREO DE OZONO



ESCUELAS DOTADAS, ALUMNOS FELICES



La educación, va más allá de las actividades académicas que involucran lo netamente instructivo. Para que un niño además de aprender pueda aprender todo lo le ofrece en las academias, debe existir un ambiente sano y estable en donde pueda estar a gusto con su entorno.

Con el fin de apoyar el fortalecimiento de los centros educativos de los municipios de San Vicente de Chucurí, Yondó y Barranobereja, Ecopetrol y su fundación Fundesmag, se unieron para dotar dichos establecimientos escolares con electrodomésticos, textos educativos, tableros, pizarras, mesas, implementos de cocina, materiales de construcción, entre otros.

Con este proyecto, que tiene una inversión total de \$449 millones, se benefician 1.547 estudiantes de 21 centros

educativos, distribuidos entre los 3 municipios en mención, así: 10 colegios de San Vicente, 8 de Yondó y 3 de Barranobereja (representados en 2 escuelas en Campo Galán y un Colegio en el Llano).

El proyecto también incluye las capacitaciones a los docentes de las diferentes instituciones educativas en el manejo de los equipos de cómputo que les fueron entregados.

El pasado 11 de junio se realizó en CONPROVIC la primera entrega de dotaciones a 10 instituciones de San Vicente de Chucurí. El 17 de julio se entregaron las dotaciones en Yondó de 8 escuelas más, y el 24 de julio se entregaron en Campo Galán y en el Llano.

ECOPETROL RINDIÓ CUENTAS EN EL MAGDALENA MEDIO

La inversión social fue el tema central de la Segunda Audiencia Pública de Rendición de Cuentas de Ecopetrol para el Magdalena Medio, que se realizó el 22 de julio en Yondó, Antioquia.

Durante casi 4 horas más de 500 personas se reunieron en la Casa de la Cultura, para conocer de primera mano el informe de gestión de Ecopetrol en 2007, así como los principales proyectos que se desarrollarán en la región en el corto plazo.

En el evento estuvieron presentes los alcaldes de los municipios de Barranobereja, Yondó y Puerto Viejo, así como concejales, funcionarios de despacho, líderes comunitarios y miembros de juntas de acción comunal de las localidades de la zona.

Las comunidades afirmaron que Ecopetrol es un aliado importante para consolidar proyectos de largo plazo en sus municipios. De la misma manera, hicieron un llamado para mejorar la participación local en temas como contratación y mano de obra.

"Hemos acogido a Yondó porque nos interesa llegar a la mayoría de poblaciones veddas. El año pasado realizamos la Rendición de Cuentas del Magdalena Medio en Barranobereja y el próximo año seguramente estaremos desde otro lugar de nuestra zona de influencia de la regional", afirmó el presidente de Ecopetrol, Javier Gutiérrez Pemberton.

Durante el evento, el presidente de Ecopetrol recibió dos distinciones por parte de los alcaldes de los municipios de Puerto Viejo y Yondó, quienes resaltaron la gestión social realizada por la empresa en estos municipios ribereños. Asimismo, el presidente de la empresa recibió un cuadro de manos de un joven artista yondense, el cual hace referencia a la idiosincrasia de esta región.



Es una publicación de la Unidad de Ingresos Corporativos de Ecopetrol S.A.

Boitán: Carla Álvarez - Leizaola: Sergio Olaya - Paul Abate y María Guzmán
 Néstor: Nique Málaga - Olaya: Gerardo y Chocoma: Ríos
 Diseño: Ecopetrol de Colombia S.A.

Si tiene sugerencias o comentarios escriba a: ca@ecopetrol.com.co



EL EMPLEO, UN COMPROMISO DE ECOPETROL

Ecopetrol ha implementado en convenio con instituciones aliadas, diversos programas orientados a administrar el flujo de desempleo de la comunidad ubicada en su zona de influencia del Magdalena Medio.

Como parte de estos esfuerzos, la empresa viene adelantando el programa de certificación de competencias laborales en minería en el CTR, el Sema y las Alcaldías de Barranobereja, Tabara de Torres, Río de San Vicente (Quindío) con la idea de fortalecer la capacidad de la localidad.

Adicionalmente Ecopetrol, en convenio con la Alcaldía de Barranobereja, el CTR y el Sema, desarrolla la Política Pública de Empleo en la ciudad (Perrecoedro).

Relajón de empleos generados a mayo de 2008.

Durante 2008 han ingresado a laborar a la Refinería de Barranobereja 9.293 personas, entre profesionales, técnicos y no calificados, de las cuales 4.504 tienen calidad de Barranobereja, lo que es el 43,72% de los trabajadores de esta refinería en registro de actividad.

Adicionalmente, 1.039 personas de las 1.634 certificadas en competencias laborales, han laborado durante este año en proyectos adelantados en la Refinería. Es decir, el 64% del total certificado.

En el proyecto La Osa Interior ingresaron a laborar 3.574 personas en los meses de enero a mayo de este año. De este número 1.372 personas son mano de obra calificada, 1.733 no calificada y 469 que son personal de confianza de las empresas contratadas.

De este total, 1.930 personas son el total del registro en el Centro y 1.049 personas del municipio de Barranobereja. Es decir, el 54% de los trabajadores de construcción del registro en construcción en este municipio.

En el campo Guabé, de 2.000 plazas que se generaron de enero a mayo de 2008, 1.909 fueron ocupadas por habitantes de la zona. Es decir, el 95,45% del total.

En Contagallo por su parte, la participación de la comunidad en los empleos generados fue del 56,86%. Es decir, de las 3.521 plazas laborables que se generaron de enero a mayo de 2008, 1.991 fueron ocupadas por la comunidad local.

En los campos de Provida, Ustara y Libertad se generaron 2.158 empleos durante mayo de los cuales 1.444 son residentes de las localidades de influencia. Vale destacar que la participación local está dividida en 724 trabajadores calificados, 677 no calificados y 41 que hacen parte de la fuerza de empresas contratadas.

Política pública de empleo

Contribuir a la dinamización del empleo, generar nuevas oportunidades para la selección de personal y mejorar la calidad de la mano de obra de Barranobereja son los tres ejes de los programas de formación para el empleo y certificación por competencias laborales, en el objetivo principal del proyecto que se está ejecutando actualmente en la ciudad.

Con un total de \$1.395.059.540 con los recursos por las entidades participantes de este convenio (Ecopetrol, Alcaldía de Barranobereja, Sema, y el Górn de Estudios Regionales del Magdalena Medio) S.A.

Ecopetrol con un aporte del 33% de la inversión total y siendo junto con la Alcaldía los dos más grandes emisores generadores de empleos, realizan en este convenio para apoyar la necesidad que existe en la ciudad de promover la contratación de la mano de obra local por parte de los proyectos de inversión, que se adelantan en la zona.

En el desarrollo de este proyecto se han desarrollado:

1. Desarrollar la plataforma del Servicio Público de Empleo del Sema (SPE) contribuyendo en una fase de consultoría ligera para la selección de personal en todos los grandes proyectos de inversión privados en Barranobereja.
2. Crear la información de la oferta laboral existente en la ciudad, con la demanda de mano de obra de los proyectos de Ecopetrol, el municipio y el sector de otras empresas.
3. Incluir en la plataforma del Servicio Público de Empleo del Sema la totalidad del personal desempleado de la ciudad, al igual que la mano de obra calificada y no calificada que se encuentra laborando. Con esta plataforma será posible consultar la mano de obra local por especialidad.
4. Certificar 1.200 trabajadores por año en las especialidades definidas según el resultado arrojado por el cruce de información. Del total de personas certificadas por el convenio, 600 serán certificadas en primer semestre y 600 más en segundo y tercer trimestre.
5. Otorgar laborables a 1.000 trabajadores en un año, 20% de los cuales serán de origen comunitario.

MUNICIPIO	2007 MAYO	EMPLEOS MAYO 2008	EMPLEOS MAYO 2008	% PARTICIPACIÓN
El Centro del Magdalena (El Centro y Tabara)	1.756	1.294	1.294	100%
Campo de la Libertad (El Centro y Tabara)	1.178	742	1.028	100%
Campo Guabé (El Centro y Tabara)	2.000	1.909	1.909	100%
Campo Contagallo (El Centro y Tabara)	3.521	1.991	1.991	100%
Campo Provida (Ustara y Libertad) (El Centro y Tabara)	2.158	1.444	1.444	100%
Total Reg. Activ.	10.613	6.370	7.666	66,5%



En la actualidad, se desarrollan estos cursos de capacitación en el número de estos cursos la oferta de capacitación y contratación se adelantan programas con 150 horas de duración cada uno y dirigidos a grupos de 25 personas. De igual forma, está en curso un programa de asistencia a 205 empresarios (con para de cinco empresas) en la operación de grúas.

Este proceso responde a la necesidad de puntales de mano de obra en la ciudad. De hecho, uno de los permisos adelantados el curso de operación de grúas ya se ha contratado por varias empresas con este requerimiento.

Adicionalmente, en los próximos días se iniciará la formación en operación de mano de trabajo de forma de un total de 1.200 personas, teniendo en cuenta la necesidad de la ciudad en esta zona.

Debido a que la comunidad del Servicio Público de Empleo es uno de los principales beneficiarios del convenio, la necesidad de oportuna selección de personal hace algunas modificaciones específicas que permiten caracterizar mejor la oferta laboral de la ciudad. De esta forma, fueron incluidas variables como el estado, la vigencia del certificado judicial, la capacitación en ICFE y la tierra de competencia laboral en la cual se ha certificado la persona. Durante la primera etapa del proceso han sido actualizadas las hojas de vida de las 1.634 personas certificadas a la fecha, teniendo en cuenta las variables ya mencionadas.



Más opciones de empleo y reclutamiento

Desde el 2007 se viene implementando el programa de reclutamiento para el sector privado, el cual está financiado al 100% por Ecopetrol. El proyecto surge con el propósito de brindar entrenamiento a la comunidad ubicada en el área de influencia de la empresa y a la vez, para incrementar los niveles de participación local de mano de obra calificada.

En 2007 se beneficiaron 14 jóvenes de diferentes regiones del país, y en lo que va corrido de 2008 otros 10 jóvenes se han beneficiado con el programa de entrenamiento, algunos de ellos han estado con la comunidad en el campo y de continuar laborando en las empresas de perforación.

Los jóvenes en entrenamiento están siendo convencidos y atraídos en la medida que avanza cada proyecto, cumpliendo con la necesidad de mano de obra calificada que requiere la zona.



2008

MUNICIPIO	CANTIDAD
Barranobereja	1
Guabé	1
Ustara	1
Ustara - Guabé	4

2007

MUNICIPIO	CANTIDAD
Libertad	1
Notre	1
Tarqui	1
Cañabé	2
Apurí	1
Chalchicomula	2
Castilla	1
Taray	1
Tadó	1
Taraco	1
Cajal	1
Chalchicomula	1



SEGURIDAD ALIMENTARIA



Barrita lleva cuidado constante. Esta fase se encuchasople, pero es determinante para que las comunidades puedan tener una mejor calidad de vida.

Por esta razón, Scopetrol, la Asociación de Cultivadores de Mora de Piedecuesta, Asomomeros y el SENA, un total de 16 cultivadores de mora de Piedecuesta, Santander fueron certificados por el Instituto COFES (Certification of Environmental Standards Colombia) en la norma nacional NTC5400 y en la norma Internacional GlobalGAP de Buenas Prácticas Agrícolas (BPA) para fruta, hortalizas aromáticas y hortalizas frescas.

Con este certificado, los cultivadores podrán satisfacer las exigencias impuestas por los mercados nacionales e internacionales, debido a que la herramienta define requisitos y procedimientos para mejorar prácticas de producción, sin perder de vista la seguridad de los trabajadores y la sostenibilidad de los resultados.

Existe una cultura alrededor del cultivo de la mora y los productores se encuentran dispuestos a adoptar la tecnología necesaria para el mejoramiento de los cultivos aplicando las recomendaciones para la obtención de una fruta con garantía de calidad.

El municipio mediano cuenta con varias zonas que hacen surgir esfuerzos para desarrollar programas de seguridad alimentaria en las comunidades más vulnerables del área rural y urbana de esta localidad.

460 familias serán las beneficiadas directamente de un grupo que también cuenta con mujeres cabezade familia y discapacitados.

El programa con énfasis en capacitar a estas familias en gestión empresarial, hábitos alimentarios y herramientas técnicas para la explotación de diversas especies menores como pollos de engorde, gallinas ponedoras y lechocías, así como la siembra de hortalizas, entre otros cultivos, para autoconsumo.

A la vez se realizará un taller de 30 horas en nutrición animal, como alternativa para el mejoramiento de técnicas de producción de apedernamientos.

Con esto las familias contarán con lo básico para el autoconsumo y con una buena organización, de la misma manera que podrán beneficiarse económicamente con lo producido por ellos mismos.

BARRIOS Y VEREDAS BENEFICIADAS

Remolinoz, La Americana, Rinconero 5, Rompida 1 Y 2, Belafina, Santa Clara, Campo Cincuenta, Rompederos, Caño Buña, Yondó Nuevo, Boca De Don Juan, El Dique, El Totumo, Cuatro Bocas, Puerto Matilde, Gabata, San Luis Beltrán, La Raya, Las Lomas, San Miguel Del Tigré, Jaboná, Caño Blanco, La Rinconada, Laguna Del Miedo, Vietnam, La Gondra, Barrio Britas Del Oriente.

MORA PIEDECUESTANA DE TALLA MUNDIAL

La inversión en este proyecto ha de \$203 millones de pesos, los cuales apoyaron el sostenimiento de las ciudades y contribuyeron en sus diversos procesos.

En cuanto a la comercialización de la mora a nivel de mercados agroindustriales Asomomeros se ha agrupado con Cí. AGRIFRUIT S.A. POSTOBON, Productores de Jugos, Bago Corporation; PASOOL cumpliendo con los estándares de calidad establecidos por las empresas. En la actualidad adelanta la construcción y adecuación de una sala de proceso cumpliendo con las normas de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) y sistema HACCP para la selección, clasificación y empaque de la fruta directamente en la zona de producción, para desde allí poder suministrar fruta a cadenas de supermercados como Mercaderes, Odebrechot Ltda., Ecto, Olímpica Cajun, Heladerías, Centro Metropolitano de Mercados, además de proveer fruta a distribuidores que comercializan con la Costa Atlántica.



ECOPETROL APOYA A LOS MÁS VULNERABLES

Amdis, Caminos de Esperanza, Fundación y Corasteredban, son algunas de las instituciones que reciben apoyo de Ecopetrol para desarrollar proyectos de inversión social que benefician a la comunidad más vulnerable y la población en general.



AMDIS:

Es la Asociación para la discapacidad para el Magdalena Medio y trabaja con discapacitados en 3 ejes centrales:

Belem: Se capacitaron 15 niñas rondonalzas en manicura, pedicura, masajes, acromerología reflexología y todo lo relacionado con la belem. La formación incluyó un kit para iniciar la trabajadora doméstica.



Estampados: El proyecto se encuentra en su segunda fase de ejecución y hasta el momento se han capacitado 15 personas en diferentes técnicas de estampación. De la misma manera, fueron dotados con los implementos necesarios para iniciar su fase comercialización, lo que les ha permitido cumplir con los pedidos realizados por la Alcaldía de Barrancabermeja, Fundación Focopa, el programa de televisión Anoscerá y Veremos, entre otras instituciones.



Bancos de ayuda técnica: El proyecto capacitó a 12 personas en su primer fase y en la segunda adelantan el fortalecimiento del programa. Durante este tiempo se han fabricado 15 ejes de ruedas, 15 bastones, 15 corchadores y 15 maletas. Parte de este material de apoyo ya ha sido vendido y con este recurso se están fabricando nuevas piezas para el taller.



FUNDACIÓN CAMINOS DE ESPERANZA:

Esta fundación trabaja con 50 niños y jóvenes de la comuna 1 de Barrancabermeja.

Para apoyar su manutención y fortalecer su crecimiento como fundación, se firmó un proyecto mediante el cual los beneficiarios obtendrán ganancias sobre la venta de huevos producidos por dos galpones de 1000 gallinas ponedoras, así como el apoyo y seguimiento en la comercialización de los huevos. De la misma manera y como parte del objeto social del convenio, todos los sábados en la fundación se organizan mercados de huevo, pan y chocolate para los niños del barrio Corballes.



FUNDACIÓN FUNDAREAL:

Esta fundación trabaja con los enfermos de la Unidad Renal de Barrancabermeja y mediante el convenio con Ecopetrol entregó un galpón para 1400 pollos de engorde. El convenio además incluye la compra de los equipos necesarios para el proceso de merienda y actualmente viene fortaleciendo su comercialización. Del proyecto se beneficiarán directamente 70 personas que pertenecen a la fundación.

CRASTEREDBAN:

Es la Corporación Centro Día de Asociaciones de la Tercera Edad de Barrancabermeja, la cual reúne 44 asociaciones que apoyan a los más granderos en edad. Con ellos desde hace 5 meses se firmó la parcería "Los Abuelos" que produce 10 líneas diferentes de pan.

Actualmente se está trabajando con las asociaciones Años maravillosos y Consones Alegre, ambas pertenecientes a Corasteredban, las cuales tienen a cargo la comercialización del pan que se realiza directamente en el establecimiento y en diferentes tiendas de la ciudad.

Ecopetrol también apoya el deporte

Durante 2008 apoyó la realización de la Copa América de Fútbol con un aporte de \$160 millones representado en dinero para la hospedaje y alimentación de deportistas extranjeros, tickets aéreos nacionales e internacionales para funcionarios y deportistas y logística.



PRODUCTIVIDAD

PROYECTOS PRODUCTIVOS

Santander, Norte de Santander y Guas, son algunas de las municipios beneficiadas con proyectos productivos con los que se busca mejorar la calidad de vida de algunas de las familias con posturas asentadas en el desarrollo de la región de la zona.

Un breve recorrido por estos proyectos que se están en la etapa de la implementación del Magallanes Modos:



La Esperanza

En La Esperanza (Norte de Santander) encontramos 120 hectáreas de cultivo de cacao, como alternativa rentable y sostenible para el mejoramiento de las condiciones socioeconómicas de las familias de los 120 pequeños productores del municipio. En este momento de entrada en la fase de acobijo (sembrar el plátano, para que se tejed el árbol cacao).



Berula

En Berula (Santander), 65 familias afiliadas a AGCOOPAF se están beneficiando con el proyecto de siembra de Papaya Marsdul. Con este proyecto se busca generar alrededor de 5.260 jornales al año, es decir 806 empleos, así como comercializar en el mercado nacional 2.800 toneladas de papaya durante su ciclo productivo.



san martin - aguachica

El proyecto apoya la segunda fase del proyecto de siembra de palma en San Martín y Aguachica, mediante el desarrollo y mantenimiento de un vivero de palma de aceite para sembrar 600 hectáreas para pequeños productores.

Río de Oro

Los niños también tienen cabida en estos proyectos, en Río de Oro (Guas), se está construyendo el centro educativo en el asentamiento el Maripal, lo que permitirá mejorar la calidad de la enseñanza así como ampliar la cobertura educativa en el asentamiento.



ANEXO D. EDICIÓN NO 3 DE 'LA IGUANA'



Comunidad

Educación, FACTOR DETERMINANTE DEL DESARROLLO



Crear en un ambiente educativo propicio, resulta ser el sueño de muchos niños y niñas de escasos recursos del país. Infortunadamente la mayoría de ellos asisten a instituciones de enseñanza que no logran suplir las necesidades de los menores. Pensando en esto, Ecopetrol y el municipio de Puerto Berrio (Antioquia) unieron esfuerzos para iniciar esta vocación.

Con los 62 millones de pesos que invierte Ecopetrol y 66 millones por parte del municipio, se busca en primer lugar apoyar la construcción de dos aulas, un restaurante escolar y una biblioteca, para el centro educativo de la vereda Donado Calama, donde alrededor de 40 niños y niñas gozarán del resultado final del convenio.

De igual manera con un aporte de 130 millones de pesos por parte de Ecopetrol, 445 millones de pesos por el municipio y 1.040 millones de pesos que entrega el Departamento de Antioquia se logrará la ampliación de la infraestructura educativa del colegio Normal Superior del Magdalena Medio, donde conjuntamente se conseguirá la construcción de 12 aulas, una biblioteca, una sala de profesores, un restaurante escolar y dos laboratorios científicos. Al 600 estudiantes de estos 1 y 2 se accederá a espacios académicos modernos y adecuados.

Con la participación en proyectos como estos Ecopetrol confirma su decidido interés por las generaciones del presente, al crearle alternativas que sin duda mejorarán la calidad de vida.

Un sueño de navidad con Ecopetrol

Luz Mila Cervantes Méndez es una mujer en la que fácilmente otras hacen pedías podrían llegar a identificarse. Mila es una madre trabajadora para que sus hijos, Diana Lizeth y Jonathan David puedan disfrutar de un futuro próspero en sus vidas, ya que a sus 45 años es una madre pero también una padre que solo piensa en sus pequeños. Es por ellos que comparte el sueño de otras 27 mujeres cabeza de hogar que con esfuerzo y dedicación han logrado el crecimiento de un objetivo común: hacer empresa.

gracias al apoyo brindado por Ecopetrol mediante convenios de colaboración. El último de ellos se está ejecutando en alianza con la alcaldía de Berrío, donde se elaborarán 40 mil juguetes, que serán distribuidos a asegurar la calidad de niños y niñas de edades entre los 0 y 12 años del Puerto Berrio.

Para tal efecto, 100 mujeres cabeza de familia de las zonas 5, 6, y 7 de la ciudad serán capacitadas durante cinco días en elaboración de muñecas y peluches. De forma activa en este proyecto se vincula Luz Mila quien aporta su experiencia en diseño y producción para distribuir con el fortalecimiento de su empresa e integrar a un buen número de madres trabajadoras a este objetivo común.

Esta empresa se llama Coopemas, nació hace cuatro años y es hoy conocida por el trabajo que realizan diciembre por ser la que elabora los juguetes del logo de Ecopetrol que se venden en forma de primera asamblea de accionistas realizada en Bogotá.

El convenio, firmado por 591 millones de pesos, incluye también la realización de

nueve novenas navideñas (una por corporación de farmacéuticos y dos para sus integrantes) para lo cual se integrarán diferentes entidades de la ciudad, con el fin de celebrar en comunidad la fiesta de navidad y entregar los juguetes a los niños y niñas menos favorecidos del Puerto Berrio.



una vía con TODAS las de LA LEY...



Con una inversión aproximada de 6 mil millones de pesos, Ecopetrol adelanta la rehabilitación de la estructura de la vía principal ubicada entre la avenida 11 de noviembre en la vereda X-10 del municipio de Yondó hasta la entrada a la zona industrial del copetrol.



En total son 5,5 kilómetros aproximadamente que serán rehabilitados cumpliendo con todas la normas estipuladas por el INVIAE. Este proyecto beneficia a más de 10 mil habitantes que se desplazan desde Yondó hasta el resto de país.



Leyla Martínez, docente de la escuela 11 de noviembre, quien tiene que transitar por esa vía de lunes a viernes desde Yondó hasta el Centro Educativo para enseñar a sus alumnos a ser cada día mejores personas, dice que ella y sus estudiantes estarán por siempre agradecidas con Ecopetrol por pensar en las necesidades reales de la gente y apoyar proyectos que redunden en el mejoramiento de la calidad de vida de los habitantes de esta región.

"Esto es un gran proyecto, porque una vía significa desarrollo para una comunidad, una vía más Ecopetrol es evidencia que es un BUEN VECINO" dijo orgullosa la docente.

Actualmente el mal estado de la vía incrementa el riesgo de que se presenten accidentes, cifras oficiales indican que en la mayoría de los casos estos tienen que ver con accidentes de motocicletas que es uno de los medios de transporte más populares en el municipio.

Jorge Rodríguez, Alcalde de Yondó expresó gratitud a Ecopetrol, empresa aliada en el desarrollo de los proyectos de inversión más importantes para el municipio.

La rehabilitación de la avenida principal de Yondó contemplará una estructura con asfalto, bache y mendedores en caliente. Se espera que las obras para la rehabilitación de la vía finalicen en enero de 2019, así el factor climático le permita.

Rumbo al Progreso....

Con el ánimo de contribuir al mejoramiento de la calidad de vida de la comunidad barrosqueña y mejorar las condiciones de entrada y salida de los productos necesarios para el desarrollo de este municipio, Ecopetrol y Fandemag se unieron para apoyar las obras de rehabilitación, mantenimiento y mejoramiento de la carretera nacional La Virgen 11 Damabó y El Roton Puerta del 11; las cuales tienen un costo de 2 mil millones de pesos.

Las obras contemplan realizar el mejoramiento general de 7 Km de la carretera La Virgen y aplicar el sello asfáltico a 5 Km de la vía que conduce desde el casco urbano del municipio hasta la vereda Campo 23, en el sector comprendido entre El Roton y la Puerta

de los 200 habitantes del sector serán los beneficiados directos, sin embargo miles de ciudadanos que a diario transitan por la vía se favorecerán de este proyecto de inversión vial ya que reducirán el desgaste de los vehículos y aumentarán la actividad comercial, lo que impacta positivamente en los ingresos de la región.

Adicionalmente, el proyecto trae consigo un ambiente paisajístico más agradable a la vista, disminuye los criaderos de insectos, mosquitos y arácnidos, lo que mejorará en el futuro las condiciones de salubridad de los habitantes ubicados en las veredas aledañas a esta carretera.



ECOPETROL al cuidado del agua



El agua, fuente de vida que provee de aliento a toda la naturaleza con su inevitable protección está guiando por ayuda, tiempo, espacio... pero adelantado está esperando que le devolvamos el protagonismo y cuidado que por su importancia merece.

En el sur del departamento de Santander un grupo de ambientalistas escuchan el llanto de la madre tierra y se preocupan por iniciar labores a favor del medio ambiente, pero brindando una especial atención al recurso hídrico que en gran cantidad se posea en la región.

En la Sabana de Torres donde el Cabildo Verde con el apoyo de Ecopetrol trabajan unidos para lograr la preservación y recuperación de las sabanas que se encuentran en las zonas rurales del municipio, esta alianza le devuelve ese protagonismo con el que se busca garantizar el óptimo desarrollo de las distintas actividades realizadas en la zona y principalmente de las que se relacionan con la crianza de vacunos que abastecen a los habitantes.

La iniciativa de protección ambiental se fortalece como consecuencia de la intensificación del uso inadecuado del suelo en actividades que afectan la calidad del agua, que es consumida por los habitantes tanto de las áreas rurales y urbanas del municipio. Así mismo se plantea a corto, mediano y largo plazo el uso de las reservas naturales, logrando un equilibrio en la

conservación de la diversidad de flora y fauna que contribuyen con el embellecimiento del Magdalena Medio.

Dentro del marco de la iniciativa de ordenamiento del recurso hídrico, las herramientas tecnológicas juegan un papel fundamental; pues gracias a éstas y a la investigación de un equipo multidisciplinario se materializa uno de los principales resultados: El Sistema de Información Geográfica SIG, con el que entre otras cosas se logra la rectificación de los datos de las sabanas, actualización vital, zonificación ambiental, base de datos de biodiversidad, censo social y simulación de especies, entre otras herramientas que garantizan la planeación adecuada de las actividades a favor del medio ambiente.

Continuando por la rivera de "La Sexta" una de las sabanas, Luis Fernando Bustiza Gómez, biólogo de la entidad ambientalista se entusiasma al contar los resultados obtenidos a lo largo del proceso de ordenamiento, pues como el mismo señala el concepto de biodiversidad es una larga lista donde se encuentran mamíferos, aves, reptiles, anfibios e insectos presentes en la región.

De igual forma, algunas de estas múltiples especies de la zona se hallan en la finca del cabildo verde, espacio destinado para servir de lugar a aquellos que sin poder alguna el hombre armonizó de su hábitat y que como cuenta el biólogo- al tiempo que acaricia una de las lagartijas- "por más estemos que se haga, no podemos regenerarlas porque ya no están acostumbradas".

A lo largo del desarrollo del plan de ordenamiento de las sabanas se obtuvo con gran acogida la participación positiva de la comunidad sabanera, quienes reconocieron la importancia de regular el uso del agua, pues son ellos los que finalmente consumen el recurso; así mismo colaboraron y facilitaron la realización del estudio socioeconómico en el que es posible conocer de forma puntual las particularidades de las actividades desarrolladas por los habitantes ocasionales de esta rivera de estudio.

De esta manera la iniciativa ambientalista se fortalece por la alta utilización de medida del suelo lo cual, logrado de cierta forma mejor los datos empíricos que tal vez sin permiso provocó el hombre, sin embargo pese a las heridas causadas es posible llegar a sanarlas con la ayuda de entidades que como Ecopetrol se comprometen con el medio ambiente y la preservación de las reservas ambientales que tienen de vida la región.

Fauna del Magdalena Medio

Colombia tiene el privilegio de ubicarse en la lista de los denominados 19 países megadiversos del mundo, los cuales representan el 70% de la biodiversidad global.

En consecuencia de lo importante e único colombiano, la fauna presente en el valle del río Magdalena juega un papel primordial, pues en su recorrido es posible encontrar hábitats tanto secos como húmedos que fácilmente se relacionan a los presentes en Centroamérica.

En la actualidad las zonas protegidas de la región se componen de remanentes del bosque húmedo tropical en restauración y un alto número de especies se presentan en anfibios, reptiles, aves, antrópodos y mamíferos.

Especies de interés

- **Mamíferos:** Mucotí, Mico Colorado, Urubá, Mucotílogo, Pescador, Mucotílogo Neotómano, Mucotílogo Zorro Grande, Mucotílogo Góndola, Mucotílogo Grande (-)
- **Aves:** Loro Real, Garza Morena, Garzapero Común, Martín Pescador Verde, Pájaro, Hermano Patirónado, Carpintero Habado, Acorazado (-)
- **Reptiles:** Lobo, Salamandrita, Lagarto de Cola Aná, Sábalo, Boa Somocilla, Búfalo, Serpiente de Corral, Pájaros (-)
- **Anfibios:** Salamandrita Café, Sapo Venenoso, Rana Amarilla, Rana de Cristal, Rana Negra (-)
- **Insectos:** Libélula, Grillo, Vagabundo, Escarabajo, Araña, Araña, Araña Tigre (-)



GRACIAS AL ESFUERZO INTERINSTITUCIONAL

iniciativa POR LA TRANSPARENCIA DEL EMPLEO: una REALIDAD en BARRANCABERMEJA

Luego de muchos trámites y gracias a la voluntad y el esfuerzo interinstitucional se logró dar el primer paso para hacer un estudio piloto encaminado a identificar la mano de obra transparente.

La Alcaldía de Barrancabermeja, Gaspetrol, el Centro de Estudios Regionales, CER, el Servicio Nacional de Aprendizaje, SENA y siete firmas contratistas que participan en el proyecto de construcción de la Planta de Hidrotratamiento de la Refinería operan en una nueva forma de fomentar empleo en la ciudad.

A la fecha, han sido contratados 4 especialistas (especialistas de trabajo en altura) y 75 obreros por parte de la firma ITI por su parte la firma Schaefer Cargado ha contratado 1 piloto, 1 ayudante de pintura, 6 tuberos, 10 albañiles y 15 obreros. Adicionalmente, una firma multinacional entrevista a 4 ciudades, uno de los cuales ha aceptado para trabajar en Wabco Huga.

La idea es que quienes están interesados en participar laboralmente en estos trabajos ingresen su hoja de vida a través de la página <http://www.constrabajando.com> en una plataforma creada por el SENA la cual, de acuerdo a los perfiles de los candidatos, envía los requerimientos de personal a las empresas contratistas.

Otra forma de inscribir la hoja de vida es directamente en las instalaciones del SENA tanto en su sede principal de la carrera 20, como en el CDV en el barrio Primavera de Mayo.

El proceso dispone de 3 digitadoras en cada lugar para atender al público desde las 6 de la mañana hasta las 10 de la noche. Las personas interesadas deben llevar su hoja de vida con fotocopia de la cédula del Sabes,

certificado judicial (si lo poseen) y las certificaciones laborales que acrediten su experiencia.

Formando para la competitividad

Este acuerdo incluye la formación de personal en diversas actividades laborales. Inicialmente 125 barranqueños fueron los primeros beneficiarios de los procesos de formación técnica programados en el marco del convenio. Los procesos que se han desarrollado hasta el momento responden a la demanda de algunos sectores específicos como el de la construcción, teniendo en cuenta los proyectos urbanísticos que se adelantarán en la ciudad, la metal mecánica, por la necesidad puntual de los talleres locales y la industria petrolera.

La idea es desarrollar con estos procesos de certificación en competencias laborales que les permitan responder a la demanda de mano de obra en la edificación de centros comerciales y edificios de apartamentos que se adelantan en la ciudad.

En cuanto a la industria petrolera se realizó la certificación en competencias laborales en el tema de soldaduras (trabajos en altura) para un grupo de 20 personas. Se trató de gente con experiencia en esta área que a través de una prueba teórica y una de carácter práctico demostró, a través de la metodología SENA, su idoneidad. En este mismo contexto, se concluyó un curso de formación en operación de grúa, al cual sólo podían acceder personas que contaran con pose de quinta categoría. 20 barranqueños se beneficiaron de dicha formación y de ellos, 11 ya se encuentran laborando en esta especialidad. Este proceso fue fundado con el aporte de empresas como WBS y Ferriñanes Colombianos, que facilitaron la

maquinaria y las instalaciones para complementar la formación teórica con una práctica.

En la actualidad, el comité de seguimiento del convenio, conformado por los representantes de las entidades apartantes analiza la demanda anticipada de mano de obra que se requiere para los proyectos de la Refinería de Barrancabermeja y la Alcaldía Municipal. Con base en esta información se determinarán nuevas prioridades en materia de formación y certificación.

Otras empresas que se vinculan

Elatero, Instrube, Corporación Oga, la SDE Barrancabermeja, los centros comunitarios Nunal y San Silvestre ya iniciaron sus gestiones ante el Sistema Público de Empleo, SPE, para contratar su personal a través de esta plataforma en la cual se registra la experiencia laboral, nivel de formación y datos generales de todos los inscritos. Esta iniciativa busca terminar con la intermediación laboral para obtener empleo digno.

El pacto con las empresas de Hidrotratamiento es un proyecto piloto, a través del cual serán vinculadas las personas que tengan como mínimo un año de experiencia en los oficios de obrero, soldador, tubero, metalista, electricista, instrumentista o mecánico. Con base en los resultados que se obtengan, la iniciativa se replicará a otros procesos de contratación con otras grandes empresas que operan en la ciudad para desarrollar sus proyectos.



Industria y academia del mismo labo

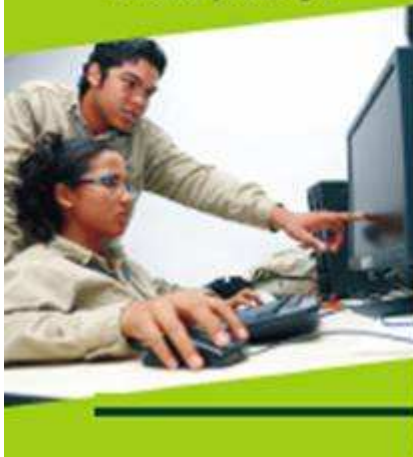


Prepararse para retos educativos y laborales propios de la vida de hoy, es una de las preocupaciones de los jóvenes universitarios debido al acelerado crecimiento de la competencia laboral. Por tal razón, Suspetrol adelantó reuniones con el Instituto Universitario de la Par (IUPAR), para que los estudiantes desarrollen sus proyectos de grado y monografías aplicadas a la industria, como una manera de apoyar la integración de la academia con el sector.

Este año son 58 estudiantes los directos beneficiados en áreas como Ingeniería de Producción, Ingeniería Ambiental, Ingeniería Agrícola, Ingeniería Agronómica y Tecnología Química y Seguridad, para lo cual se otorgó un subsidio por 2075 millones de pesos.

Los estudiantes han tenido la oportunidad de poner en práctica sus conocimientos en la Gerencia Regional de Buenaventura, en los campos de producción de la Gerencia Regional Magdalena Medio (Gamba, Cantagallo, Provida, El Centro, Urama, Uramo) como también en el proyecto Oro - Infinitas y en las estaciones Galán y Tebaetepel de la Dependencia de Trucopete.

En el marco de esta reunión desde el año 2004 se han beneficiado 212 estudiantes, recibiendo una oportunidad que les ha servido como punto de partida para ingresar al mercado laboral en la diferente empresa de la región.



OBJETIVOS: COORDINACIÓN DE SANTANDER Y BOGOTÁ. UNIDOS PARA IMPULSAR LA INVESTIGACIÓN

Premio para Los Innovadores

Con el propósito de impulsar el desarrollo económico de Santander, el fortalecimiento de la investigación científica y tecnológica, así como la sostenibilidad del sector energético nacional, mediante la financiación de iniciativas innovadoras, se creó el Premio Suspetrol a los Innovadores.

Este programa cuenta con el respaldo de Gobernación, la Gobernación de Santander y Suspetrol, entidades que otorgan edictos, recursos económicos, administrativos y financieros para incentivar y apoyar la investigación, el desarrollo y la innovación para la solución de necesidades regionales y el fortalecimiento de los sectores productivos, a través del lanzamiento de dos convocatorias que seleccionarán proyectos de estrategia.

1. Convocatoria para apoyar la innovación en Santander.

Buena manera de mejorar la competitividad y la investigación aplicada en la región y está dirigida a empresas, universidades e instituciones de educación superior e centros de investigación de Santander, departamentos de Uribe. A su vez, esta convocatoria tiene subclases de categorías:

1. Investigación aplicada. Las propuestas que se presentan en esta categoría deben estar relacionadas con los sectores de Hidrocarburos, Energía, Minería, Tecnologías de la Información y la Comunicación, Tecnologías Limpias, Agroindustria, Salud, Educación y las Áreas prospectivas de ciencia y tecnología provinciales. Esta categoría es financiada por Gobernación y el Departamento de Santander y coordinada por la IES.

2. Categoría Competitividad. Las propuestas que se presentan en esta categoría deben estar relacionadas con los sectores productivos identificados como prioridades y estrategias en el departamento de Santander según el espíritu de Uribe actualizado, actividades, datos procesados, joyería, metal mecánica, turismo,

hidrocarburos, energía, tecnologías de la información y la comunicación, tecnologías limpias, agroindustria, salud, energías y las áreas prospectivas de ciencia y tecnología provinciales. Esta categoría es financiada por Suspetrol y coordinada por Uribe.

El monto máximo a otorgarse para un proyecto será de \$50 millones en la Categoría Competitividad y de \$25 millones en la Categoría Investigación aplicada.

El Comité para apoyar la creación de subcomités de proyectos.

Está dirigida a universidades, centros de investigación y desarrollo tecnológico y grupos de investigación reconocidos por Gobernación a nivel nacional y pretende fortalecer la capacidad de investigación, desarrollo tecnológico e innovación nacional en las entidades y grupos de investigación del potencial científico tecnológico. Se hace parte del acuerdo recientemente firmado entre Suspetrol y Gobernación, en donde Suspetrol aporta un monto total de \$1.000 millones.

Los temas de investigación deberán enfocarse en la diversificación de nuestra prima para la producción de hidrocarburos, energía alternativa y/o renovable, explotación de fuentes de hidrocarburos no convencionales, hidrocarburos en la generación eléctrica a través del uso de corrientes residuales propias de la explotación de campos productores de petróleo, lo mismo que el beneficio como resultado de los desechos y residuos subproductos de las operaciones de la compañía.

Para los proyectos Suspetrol y Gobernación financiarán los que sean de interés para la entidad petrolera o para el sector energético colombiano, con el entendido que el 60% de la financiación procederá de recursos de Suspetrol y el 40% restante de recursos del gobierno de Gobernación.



Social

Cimitarra crece con Ecopetrol



Por mejorar la calidad de vida en Cimitarra, en uno de las estrategias que ha venido desarrollando en Ecopetrol, tal es el caso del municipio de Cimitarra, ubicado en el occidente del departamento, donde la entidad ha invertido alrededor de 300 millones de pesos destinados a la ejecución de proyectos como: construcción de vías y apoyo en actividades deportivas en los centros educativos.

El primer proyecto que se ejecutó a julio de este año consistió en la pavimentación de siete vías del casco urbano, donde se beneficiaron 17 mil habitantes de estratos 1, 2 y 3 ubicados en el área urbana del municipio.

El segundo favoreció a 744 habitantes de estratos bajos con la construcción de 120

metros de alcantarillado y pavimentación de 2000 metros el corregimiento de Puerto Ojeda. Paralelamente, Ecopetrol apoyó el mejoramiento de las vías que comunican el 100, 17 con la Vereda Los Hornos del área rural del municipio, permitiendo así que 5 mil personas puedan desplazarse en sus actividades.

En el caso del centro educativo la inversión se materializó con el mejoramiento de ocho centros de enseñanza ubicados en el Barrio el Centro, corregimiento de Puerto Ojeda y las veredas de Los Hornos, Manjares, Primavera, Rincón, San Pedro de los Vagos y Vereda Ancha, pertenecientes al área rural del municipio, así gracias al apoyo de Ecopetrol 100 estudiantes podrán disfrutar de un espacio adecuado para ellos.

¡Feliz cumpleaños Ecopetrol!

La empresa que genera más alegría en el país estuvo de cumpleaños el 25 de agosto, y lo celebró en la Gran Fiesta de Barracón Viejo, la celebración se inició desde el 23 de agosto cuando las estrellas de la colección Colombia, Carlos 'El Jefe' Valderrama, Chico Serna, Rivaldo Lozano, Nido Guerrero, Juan René Valderrama, Diego García, Adán 'El Tío' Valencia, Wilson Pérez, Freddy Torres, Paul Naranjo ingresaron a la Cafetería Satélite, justo a la hora en la que 700 trabajadores almorzaban y se sorprendieron de la gran fiesta e hicieron con ellos la celebración precedentemente anunciada.

El día especial llegó muy temprano la Granada del Norte de Barracón Viejo, GRR, se despertó con una animada que estuvo a cargo del grupo de marimba 'Nuestro Jilón' del 7 de la mañana, desde ahí las actividades del edificio de la Granada General se dio inicio a la Granada en conmemoración al aniversario 57 de Ecopetrol, con la presencia del sacerdote de la Iglesia Sagrada Rural, Sr. Montoya, dio una misa de reflexión, esperanza y perdón donde se rató el compromiso de darle gracias al creador 'porque nos iluminamos a trabajar y nos hacemos trabajar'.

Al finalizar el año litúrgico los trabajadores compartieron una gran fiesta y una serenata en donde se dio el momento de la rubrica conmemorativa de los cantantes las canciones más populares.

La jornada finalizó con brinde de copas con la realización del cuarto de maratón, evento que convocó a 700 deportistas en donde más de 300 representaban a la GRR. Gracias a su esfuerzo y dedicación estos atletas dejaron huella de clase mundial.

Los Ganadores

Categoría Adulto Varones

1. Yairth Álvarez
2. Gustavo Peña
3. César Rivera

Categoría Femenino

1. Silvia de Jesús Pardo
2. Gladys García
3. Fabrika Torres

Los deportistas que ocuparon los 3 primeros lugares en cada categoría recibieron como premio bonos en artículos deportivos hasta por \$50.000 pesos ya que los ocuparon entre el 4 y el 10 puesto se les otorgó medallas alusivas a la competencia.

Categoría Adulto Femenino

1. Wendy Parra
2. Yagel Parada
3. Yvanka Fuentes

Categoría Adulto Masculino

1. Cristian Cordero
2. Rive Carrizal
3. Sergio Delgado

Categoría Juvenil Femenino

1. Riva Gómez
2. Diana Lara
3. Tania Marcela Gómez

Categoría Juvenil Masculino

1. Fabiano Castro
2. Jefferson Álvarez
3. Jovani Molina



Es una publicación de la Unidad de Imagen Corporativa de Ecopetrol S.A.
 Textos: José Luis Ospina - Carla Aranda - María José Calvario
 Edición: Kristin de Yndra - Edita: Conivisa
 Fotos: Rigoberto Múgica
 Diseño e Impresión: Unidivisión - Barranquilla
 Dirección: Freddy Torres, Ingeniero de comunicaciones y medio ambiente
 www.ecopetrol.com.co

