	UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO	F-AC-DBL-007	01-03-2022	B
Dependencia	Aprobado		Pág.	
DIVISIÓN DE BIBLIOTECA	SUBDIRECTOR ACADEMICO		1(76)	

RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

AUTORES	Karennis Milagros Morales Mejía		
FACULTAD	Comunicación Social		
PLAN DE ESTUDIOS	Educación, Artes y Humanidades		
DIRECTOR	Elvis Fernando Ríos Pacheco		
TÍTULO DE LA TESIS	Plan de comunicación organizacional para el fortalecimiento de los canales de comunicación externos de la empresa Palmas del Cesar.		
TITULO EN INGLES	Organizational communication plan to strengthen the external communication channels of the company Palmas del Cesar.		
RESUMEN			
<p>Se realizó un plan de comunicación organizacional con el objetivo de fortalecer los canales de comunicación externos de la empresa Palmas del Cesar. Para esto se hizo un diagnóstico sobre las condiciones actuales de los canales de comunicación y de acuerdo con los resultados se crearon una serie de estrategias, las cuales permitieron aumentar el reconocimiento externo de la organización y un mayor posicionamiento de la marca. Este trabajo se constituye como una guía estratégica para el área comunicacional de la empresa, dada su metodología y efectividad.</p>			
RESUMEN EN INGLES			
<p>An organizational communication plan was carried out with the aim of strengthening the external communication channels of the Palmas del Cesar company. For this, a diagnosis was made of the current conditions of the communication channels and, according to the results, a series of strategies were created, which allowed increasing the external recognition of the organization and a coherent positioning of the brand. This work is constituted as a strategic guide for the communicational area of the company, given its methodology and effectiveness.</p>			
PALABRAS CLAVES	Comunicación externa, organización, estrategia, canales.		
PALABRAS CLAVES EN INGLES	External communication, organization, strategy, channels.		
CARACTERÍSTICAS			
PÁGINAS: 71	PLANOS:	ILUSTRACIONES: 44	CD-ROM:



Plan de comunicación organizacional para el fortalecimiento de los canales de comunicación
externos de la empresa Palmas del Cesar

Karennis Milagros Morales Mejía

Facultad de Educación, Artes y Humanidades, Universidad Francisco de Paula Santander Ocaña

Comunicación Social

Mag. Elvis Fernando Ríos Pacheco

25 de abril de 2022

Índice

1. Plan de comunicación organizacional para el fortalecimiento de los canales de comunicación externos de la empresa Palmas del Cesar.....	9
1.1 Descripción de la empresa	9
1.1.1 Misión.....	10
1.1.2 Visión	10
1.1.3 Principios de la empresa	10
1.1.4 Descripción de la estructura organizacional	11
1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado	13
1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada	15
1.2.1 Planteamiento del problema	18
1.3 Objetivos de la pasantía	20
1.3.1 Objetivo General	20
1.3.2 Objetivos Específicos	20
1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma	21
2. Enfoques referenciales.....	23
2.1 Enfoque Conceptual	23
2.2 Marco Legal.....	25
3. Informe de cumplimiento de trabajo.....	29
3.1 Presentación de resultados	29
4. Diagnóstico Final	62
5. Conclusiones	65
6. Recomendaciones	67
Referencias	68
Apéndices	71

Lista de figuras

Figura 1 Organigrama Palmas del Cesar S.A	12
Figura 2 Descripción de la dependencia asignada	14
Figura 3 Encuesta dirigida a las comunicaciones externas.....	31
Figura 4 Envío de encuesta a colaboradores.	32
Figura 5 Análisis y tabulación de encuesta	34
Figura 6 Total de respuestas obtenidas en la encuestas.....	34
Figura 7 Resultado de la primera pregunta de la encuesta aplicada	35
Figura 8 Resultado de la segunda pregunta de la encuesta aplicada	35
Figura 9 . Resultado de la tercera pregunta de la encuesta aplicada.....	37
Figura 10 Resultado de la cuarta pregunta de la encuesta aplicada.....	38
Figura 11 Resultado de la quinta pregunta de la encuesta aplicada	39
Figura 12 Resultado de la sexta pregunta de la encuesta aplicada	39
Figura 13 Análisis general del primer objetivo ejecutado	41
Figura 14 Herramientas de fortalecimiento	43
Figura 15 Mapa de Proceso para el desarrollo de la propuesta.....	44
Figura 16 Socialización junto a la líder del proceso	45
Figura 17 Estado inicial de las carteleras informativas	51
Figura 18 Actualización de las carteleras informativas.....	51
Figura 19 Diseños realizados por el pasante para carteleras informativas.....	52
Figura 20 Referencia video 1 realizado	53
Figura 21 Referencia video 2 realizado	53
Figura 22 Referencia video 3 realizado	54

Figura 23 Referencia video 4 realizado	54
Figura 24 Evidencia aumento de suscriptores en YouTube.....	55
Figura 25 Diseño y difusión de concurso para aumentar suscriptores.....	55
Figura 26 Estado inicial y estado final del canal de Youtube	56
Figura 27 Acompañamiento periodístico en eventos sociales	57
Figura 28 Evidencia redacción de noticia 1	58
Figura 29 Evidencia redacción de noticia 2	58
Figura 30 Evidencia redacción de noticia 3	59
Figura 31 Evidencia redacción de noticia 4	59
Figura 32 Evidencia redacción de noticia 5	59
Figura 33 Evidencia redacción de noticia 6	60
Figura 34 Evidencia redacción de noticia 7	60
Figura 35 Evidencia redacción de noticia 8	60
Figura 36 Nota 1 publicada en la página web.....	61
Figura 37 Nota 2 publicada en la página web.....	61
Figura 38 Nota 3 publicada en la página web.....	61
Figura 39 Nota 4 publicada en la página web.....	62
Figura 40 Proceso de grabación, edición audiovisual y redacción de noticias.....	72
Figura 41 Actualización periódica de murales informativos	72
Figura 42 Diseño de pieza publicitaria	73
Figura 43 Redacción perfil periodístico	74
Figura 44 Diseño de infografía.....	75

Lista de Tablas

Tabla 1 Matriz DOFA Departamento de Comunicaciones Palmas del Cesar	16
Tabla 2 Descripción de las Actividades a Desarrollar en el Departamento de Comunicaciones..	21
Tabla 3 Matriz de acción	46

Lista de apéndices

Apéndice A Evidencias desarrollo de actividades	72
---	----

Resumen

Esta propuesta consiste en el diseño y ejecución de un Plan de Comunicación Organizacional, que está orientado al mejoramiento y al fortalecimiento de las comunicaciones externas de la empresa Palmas del Cesar, organización dedicada y destacada durante varios años en el sector palmero, por su gran capacidad de cultivo de palma de aceite, extracción y procesamiento de la misma.

Este proyecto inició con un diagnóstico sobre las condiciones actuales de los canales de comunicación externos de la organización en cuestión, con base al nivel de satisfacción de las personas pertenecientes a la zona de influencia de la empresa, que son quienes utilizan los ya mencionados anteriormente, para de este modo, fortalecer las distintas estrategias ya establecidas y lideradas por el área de comunicaciones, como también, para proponer nuevas herramientas comunicativas. Considerando estos aspectos, se llevaron a cabo distintas actividades para el fortalecimiento de las plataformas digitales externas de la compañía.

Introducción

Es de vital importancia para el ser humano la comunicación, por eso a través de los años, se han realizado múltiples estudios que han girado en torno a ella, esto para comprender las distintas formas que existen para comunicarse, la manera correcta de emplearla y en qué ámbitos de la vida de un individuo, puede utilizarse. Es por esto que, en las organizaciones también se hace presente, recibiendo el nombre de Comunicación Organizacional, tomando en cuenta que es una herramienta estratégica, y de impacto significativo tanto interna, como externamente, pues, es una aliada indispensable para impulsar y alcanzar metas trazadas.

La comunicación organizacional, tiene una función muy importante en las empresas, pues a través de ella se emplean estrategias y planes de comunicación con los que se pueden mejorar los canales comunicacionales.

Definiendo herramientas claves como lo es un plan de comunicación organizacional, se pueden lograr resultados que beneficien sustancialmente a la empresa, ya que por medio de él se pueden implementar acciones y estrategias que mejoren la dinámica comunicacional de una organización, e incluso da lugar a la innovación porque en el proceso de realización del mismo se identifican necesidades que requieren de acciones que den una solución a esta.

Por lo anterior, se realiza en la empresa Palmas del Cesar la implementación de Plan de Comunicación Organizacional para el fortalecimiento de los canales de comunicación Externos de la misma.

1. Plan de comunicación organizacional para el fortalecimiento de los canales de comunicación externos de la empresa Palmas del Cesar

1.1 Descripción de la empresa

Palmas del Cesar S.A. nació en el año 1960, su creación fue el producto del sentido visionario de empresarios santandereanos que creyeron en la palma africana como un cultivo promisorio con capacidad de generar progreso y desarrollo en la región. (Palmas del Cesar, 2020).

Conocida anteriormente como “Hipilandia”, la plantación comenzó con 500 hectáreas, fue a su vez, una de las primeras siembras comerciales de palma africana en el país, por lo cual la empresa es pionera en esta importante actividad agrícola. (Palmas del Cesar, 2020)

El apoyo de entidades gubernamentales, sumado al empuje y tesón de sus fundadores, permitieron vencer las enormes limitaciones tecnológicas y de infraestructura existentes en dicha época. Hacia mediados de la década de los 70, comenzó una nueva etapa en la empresa que la llevó a triplicar sus siembras hasta 1.500 hectáreas, mejorando sus instalaciones y reorganizándose administrativamente. Palmas del Cesar es una sociedad anónima, en la cual la Junta Directiva traza las directrices que rigen los destinos de la empresa, interpretando el mandato de sus accionistas. (Palmas del Cesar, 2020)

Asimismo, esta organización ha creado las condiciones para adaptarse a los nuevos desarrollos, con una filosofía adecuada a las exigencias que se imponen en el mundo empresarial.

Directivos, asesores, ingenieros, tecnólogos en diferentes especialidades, personal calificado, trabajadores de campo, planta extractora, y servicios generales conforman una familia que trabaja por un mejor mañana. (Palmas del Cesar, 2020)

1.1.1 Misión

Desarrollamos una palmicultura responsable y sostenible buscando siempre la excelencia con el fin de producir los mejores frutos para el progreso. (Palmas del Cesar, 2020)

1.1.2 Visión

Seremos el mejor referente dentro de la actividad palmera nacional y nos reconocerán por la forma responsable en que hemos hecho de la palma una fuente de progreso y desarrollo regional. (Palmas del Cesar, 2020)

1.1.3 Principios de la empresa

De acuerdo con el Código de Ética y Buen Gobierno de Palmas del Cesar, la empresa encamina su trabajo colaborativo a través de los siguientes pilares:

Transparencia: Proporcionar información adecuada a nuestras partes interesadas sobre aspectos ambientales, sociales y legales relevantes.

Equidad: Garantizar la igualdad de derechos y oportunidad entre los seres humanos, sin distinción de género, raza, nacionalidad, religión, condición social, opinión pública, entre otros.

Desarrollo del Talento Humano: Propiciar espacios para el aprendizaje y entretenimiento con el propósito de formar personas con alta capacidad de adaptación al cambio, facilitando así su desarrollo integral.

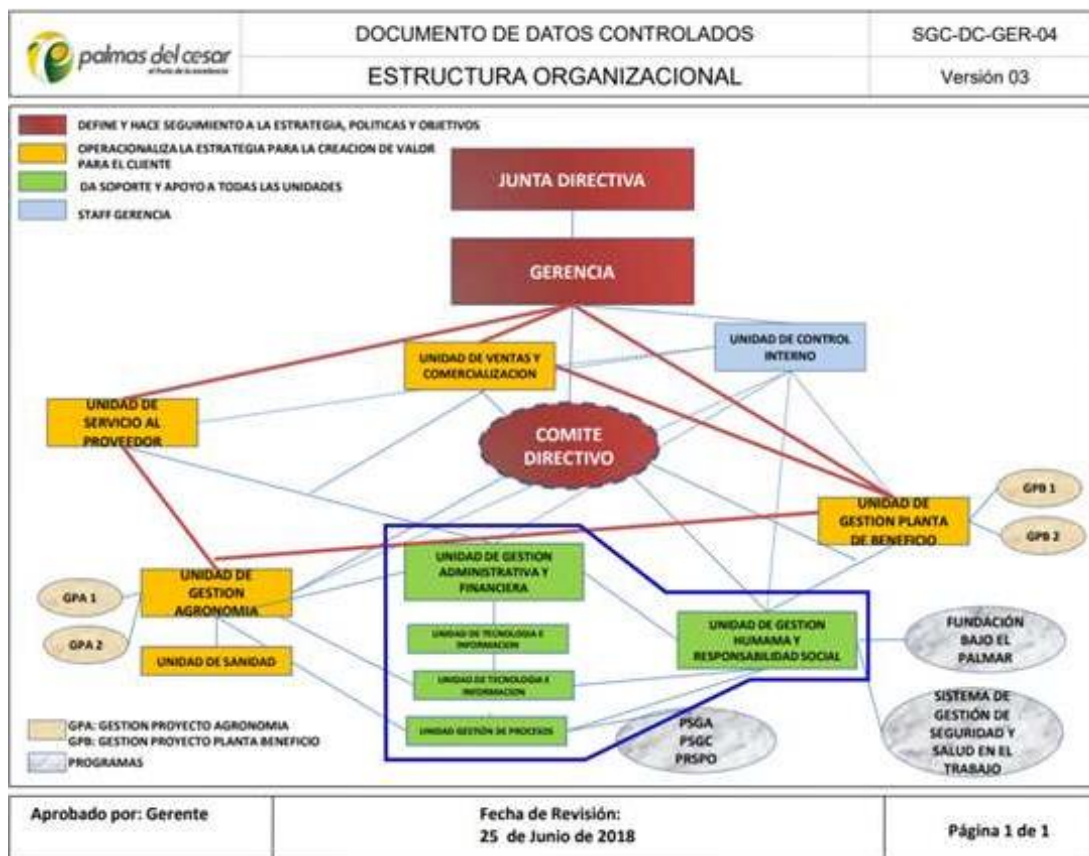
Trabajo en Equipo: Estimular el trabajo en equipo como una estrategia para mejorar y mantener una cultura organizacional orientada hacia la búsqueda permanente de objetivos comunes.

Conservación del Medio Ambiente: Promover y desarrollar políticas orientadas a la protección y preservación del medio ambiente con énfasis en el respeto por la naturaleza.
(Palmas del Cesar, 2020)

1.1.4 Descripción de la estructura organizacional

El siguiente organigrama representa gráficamente la estructura administrativa de Palmas del Cesar, el cual, por su organización jerárquica vertical permite identificar las líneas de autoridad y responsabilidad de cada una de las áreas de la organización.

Figura 1 Organigrama Palmas del Cesar S.A



Nota. Imagen extraída del Reglamento Interno de Trabajo de Palmas del Cesar. (Palmas del Cesar, 2016)

Con relación con la estructura interna de la organización, Palmas del Cesar se encuentra conformada por los siguientes niveles de autoridad:

Junta directiva: Es el ente encargado de velar por el cumplimiento de los objetivos establecidos por la organización; sus miembros tienen responsabilidades de alto impacto.

Gerencia: Es la entidad encargada de guiar y administrar los distintos procesos y

departamentos que conforman la organización.

Comité directivo: Es el órgano encargado de trazar su viabilidad a largo plazo con base a sus estrategias y objetivos, definiendo qué rumbo debe tomar la empresa.

Unidad de servicio al proveedor: Es la encargada de consolidar alianzas estratégicas entre empresa y proveedores, a través de la prestación de servicios, transferencia de tecnología y acompañamiento en aspectos técnicos, económicos y sociales.

Unidad de ventas y comercialización: Es el motor que impulsa las distintas estrategias comerciales, como también, tiene la responsabilidad de evitar recesiones económicas, garantizando la expansión a nuevos mercados.

Unidad de gestión planta de beneficio: Es el ente encargado del proceso de extracción del aceite crudo para su distribución.

Unidad de gestión agronomía: Es responsable de las diferentes plantaciones de la organización. (Palmas del Cesar, 2016)

1.1.5 Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado

La pasantía se desarrolló en la Dirección de Gestión Humana, la cual es encargada de liderar y gestionar proyectos que beneficien a las comunidades de la zonas de influencia y a la compañía en general, esta procura que en Palmas del Cesar se ofrezcan empleos en donde se

priorice al ser humano sus necesidades y bienestar, dentro de esto se encuentra inmerso el reconocimiento monetario justo, ya que con esto se benefician a muchas familias que conforman las comunidades con las que colinda la compañía.

El área de comunicaciones se encuentra dentro de esta dependencia, es por eso que no hay una presencia formal de esta en el organigrama. El área de Comunicaciones se encuentra conformada por la Comunicadora Organizacional, un Auxiliar de Comunicaciones y el pasante, este equipo se encarga de llevar las comunicaciones interna y externas de la de la compañía, como también de apoyar distintas actividades realizadas desde otras áreas.

Figura 2 Descripción de la dependencia asignada



Nota. La pasantía se desarrolla en la Unidad de Gestión Humana y Responsabilidad Social. La imagen fue extraída del Reglamento interno de trabajo de Palmas del Cesar. (Palmas del Cesar, 2016)

1.2 Diagnóstico inicial de la dependencia asignada

El área de comunicaciones de la empresa Palmas del Cesar, a lo largo de su trayectoria ha hecho uso de diferentes plataformas institucionales para la interacción y difusión de la información, no obstante, ha presentado múltiples problemas que no han permitido el funcionamiento adecuado de las distintas acciones comunicativas.

Para realizar un primer diagnóstico se hizo una entrevista a la líder del proceso, complementada con la aplicación de la técnica de observación y documentación. Teniendo en cuenta la información suministrada, observada y documentada, se encontraron hallazgos que permitieron identificar qué, la comunicación de esta organización requiere un mejoramiento y fortalecimiento a nivel externo.

Tabla 1 Matriz DOFA Departamento de Comunicaciones Palmas del Cesar

Factores	Fortalezas	Debilidades
Internos	<p>F1. Existe área de comunicación en la empresa.</p> <p>F2. Cuenta con cámaras digitales, micrófonos de excelente calidad.</p> <p>F3. Cuenta con licencias de programas de Adobe que son útiles al momento de realizar proyectos.</p> <p>F4. Cuenta con un personal profesional idóneo y capacitado.</p>	<p>D1. Escasa contratación de personal para el área.</p> <p>D2. Solo cuenta con 3 plataformas digitales para darse a conocer.</p> <p>D3. Las estrategias de comunicación están dirigidas mayormente a nivel interno.</p> <p>D4. No hay manejo de RRSS.</p> <p>D5. No se publican contenidos constantemente en las RRSS y la plataforma web.</p>
Externos	<p>F5. Cumple con las políticas organizacionales.</p>	
Oportunidades	FO	DO
<p>O1. Ganar reconocimiento a nivel externo por medio de estrategias comunicacionales.</p> <p>O2. Realización de proyectos que construyan tejido social para beneficio de las comunidades.</p> <p>O3. Establecer vínculos cercanos con las comunidades de la zona de influencia.</p>	<p>- Realizar acciones estratégicas que permitan el posicionamiento de la compañía, a través de los canales de comunicación externos.</p> <p>- Promover y gestionar proyectos de intervención social.</p>	<p>- Crear un plan de fortalecimiento comunicacional a nivel externo.</p> <p>- Fortalecer las actividades que ya se realizan externamente en la organización.</p>

Tabla 1

Continuación Matriz DOFA Departamento de Comunicaciones Palmas del Cesar

Amenazas	FA	DA
A1. Bajo nivel de competitividad frente a otras empresas tras la llegada de estas a la zona.	- Implementar tácticas que dinamicen los aspectos relevantes para la procesos comunicativos de la empresa.	- Establecer actividades de construcción de tejido social, enfocadas en el mejoramiento de vida de estos individuos.
A2. Mayor posicionamiento de empresas dedicadas a la actividad Palmicultora.		

Nota. Los datos expuestos en la tabla permiten determinar el estado actual del Departamento de Comunicaciones de Palmas del Cesar.

1.2.1 Planteamiento del problema

Con aquella célebre frase: “El hombre es por naturaleza un animal social” (Aristóteles, 1998) se analiza que precisamente cada ser humano necesita vivir en sociedad y en comunicación constante con el otro, que necesitamos de la convivencia y el contacto con otros individuos.

Desde épocas remotas, el ser humano ha buscado la manera de expresar, lo que piensa, lo que quiere y lo que siente, es por eso que a medida que han transcurrido los años y que ha avanzado el mundo tecnológico, ha evolucionado y ha cambiado también, la manera en como el hombre se comunica, dándole lugar a nuevos términos y conceptos, que no solamente giran alrededor de los individuos, sino, también al entorno en donde este se mueve.

Las organizaciones han notado la importancia de las comunicaciones, la relevancia que tiene conocer lo que piensan sus colaboradores y así mismo, que ellos conozcan lo que pasa al interior de la empresa, puesto a que esto es beneficioso, pues ayuda a qué por medio del conocimiento sobre planes estratégicos y metas, estos se cumplan a cabalidad. Por eso, diferentes aspectos de sus funcionamientos y estructuraciones, se han transformado, y todo este proceso, ha dado cabida para que se desarrollen y se apliquen nuevas formas de comunicación, como lo es la Comunicación Organizacional.

La empresa Palmas del Cesar, es una compañía pionera en el sector palmero, por ende, es una organización, que cuenta con una extensa y amplia variedad de información, que es relevante y de interés para sus colaboradores, y personas de la zona de influencia de la compañía.

Teniendo en cuenta el buen momento por el cuál atraviesa la compañía a nivel productivo y comercial, se hace necesario que se apoyen los distintos procesos comunicacionales que se llevan a cabo dentro y fuera de la misma, ya que, las acciones que están siendo realizadas por el área encargada se encuentran presentando fallas comunicacionales.

A través de un diálogo con la comunicadora organizacional de la empresa, se conocieron otros aspectos trascendentales, los cuales escasean en esta dependencia: poca contratación para el área, no cuenta con espacios de producción y falta de estrategias comunicacionales externas.

Teniendo en cuenta lo anterior, se requiere la construcción y la aplicación de estrategias que ayuden a la reestructuración integral del área en cuanto a procesos de comunicación externa, y así mismo, que se apoyen los procesos que ya se realizan en la empresa para de este modo fortalecer de forma global las comunicaciones de Palmas del Cesar, ya que el dado al crecimiento acelerado de la compañía algunos de estos, no están abarcando las nuevas necesidades que surgieron.

Es vital que los canales de comunicación se alimenten con un compendio de información de interés y que esto sea ofrecido de manera dinámica, para que el público objetivo se interese por ello, y, además, siga consumiendo lo que allí se publica, por tanto, herramientas como flyers, piezas audiovisuales serían muy útiles para el desarrollo de la solución a este problema.

1.3 Objetivos de la pasantía

1.3.1 Objetivo General

Crear un Plan de Comunicación Organizacional, para fortalecer los canales de comunicación externos de Palmas del Cesar.

1.3.2 Objetivos Específicos

Realizar un diagnóstico sobre las condiciones actuales de los canales de comunicación externos, vigentes en Palmas del Cesar.

Crear una propuesta comunicacional para fortalecer la comunicación Organizacional.

Ejecutar las estrategias establecidas para fortalecer la comunicación externa de la organización.

1.4 Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

Tabla 2 Descripción de las Actividades a Desarrollar en el Departamento de Comunicaciones

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los objetivos específicos
Crear un Plan de Comunicación Organizacional, para fortalecer los canales de comunicación externos de Palmas del Cesar.	Realizar un diagnóstico sobre las condiciones actuales de los canales de comunicación externos, vigentes en Palmas del Cesar.	<p>Diseño de encuesta dirigida a personas de la zona de influencia de la empresa.</p> <p>Aplicación de encuesta</p> <p>Tabulación de los resultados de la encuesta.</p> <p>Analizar los resultados de la encuesta.</p>
	Crear una propuesta comunicacional para fortalecer la comunicación Organizacional.	<p>Definir cuáles las herramientas que se ajustan a las necesidades de la organización.</p> <p>Establecer el proceso para el desarrollo de la propuesta comunicacional.</p> <p>Socializar con la líder del área de comunicación la propuesta organizada.</p> <p>Diseñar matriz de acción.</p>

Tabla 2 *Continuación descripción de actividades*

Objetivo General	Objetivos Específicos	Actividades a desarrollar en la empresa para hacer posible el cumplimiento de los objetivos específicos
Crear un Plan de Comunicación Organizacional, para fortalecer los canales de comunicación externos de Palmas del Cesar.	Ejecutar las estrategias establecidas para fortalecer la comunicación externa de la organización.	Diseñar piezas gráficas y audiovisuales. Realizar acompañamiento periodístico.

Nota. A través de las actividades se les dará cumplimiento a todos los objetivos del proyecto.

2. Enfoques referenciales

Para la realización y el desarrollo de esta pasantía como modalidad de grado, fue necesaria la documentación e investigación de conceptos que le dieran un sustento conceptual y argumentativo, los cuales fueron de vital importancia para el inicio y la ejecución de esta propuesta, ya que estos poseen un valor significativo y facilitarán la comprensión de los objetivos planteados en la misma. Estos están basados especialmente en autores que han sido parte primordial para la comunicación.

2.1 Enfoque Conceptual

Para la realización y el desarrollo de esta pasantía como modalidad de grado, fue necesaria la documentación e investigación de conceptos que le dieran un sustento conceptual y argumentativo, los cuales fueron de vital importancia para el inicio y la ejecución de esta propuesta, ya que estos poseen un valor significativo y facilitarán la comprensión de los objetivos planteados en la misma. Estos están basados especialmente en autores que han sido parte primordial para la comunicación.

Inicialmente es importante destacar que **la comunicación externa** “tiene como objetivo mejorar la imagen de marca y está vinculada a las relaciones de la empresa con el resto de grupos de interés: consumidores, proveedores, accionistas y sociedad en general” (Catucci, 2022).

Por su parte, Bartoli (1992) (Como se cita en (P&A Group, 2017) afirma que: “el objetivo de este tipo de comunicación externa es obtener información sobre aspectos estratégicos

de la empresa que permitan mejorar la posición competitiva de la misma, como situación de la competencia, novedades legislativas, estado del mercado”.

Otro término a resaltar es **Plan de Comunicación**, el cual es fundamental en este trabajo de pasantía. La Plataforma del Voluntariado de España (2016) afirma que:

El plan de comunicación es un documento que recoge las políticas, estrategias, recursos, objetivos y acciones de comunicación, tanto interna como externa, que se propone realizar una organización. Contar con uno ayuda a organizar los procesos de comunicación y guía el trabajo comunicativo. Además de facilitar la orientación y evitar la dispersión a la que puede llevarnos el trabajo día a día, el plan promueve el seguimiento y la evaluación de estos procesos, lo que nos hace cuestionarnos continuamente y buscar mayor calidad. Es recomendable que esta herramienta no acabe constituyéndose como una pauta estanca y limitadora, sino una guía de principios y propuestas flexible y adaptable. (pág. 2)

Por otro lado, de acuerdo con Fernández Collado (2009) **la Comunicación**

Organizacional:

“Es el conjunto total de mensajes que se intercambian entre los integrantes de una organización, y entre ésta y los diferentes públicos que tiene en su entorno. Estos mensajes circulan en varios niveles y de diversas maneras. Pueden transmitirse, por ejemplo, a través de canales interpersonales o de medios de comunicación más o menos sofisticados; pueden ser verbales o no verbales, utilizar la estructura formal de la

organización o las redes informales, viajar horizontal o verticalmente en la pirámide jerárquica, darse dentro de la organización o rebasar sus fronteras. Todas estas variables forman un fenómeno rico y complejo, que en su conjunto se denomina comunicación organizacional. (pág. 12)

Otro termino fundamental son **los Canales de Comunicación**, generalmente conocidos también como canales. Muriel y Rota (1980) (Citados por (EcuRed, 2020) indican que:

Los medios o canales, de comunicación son el método de difusión que se emplea para enviar el mensaje. Estos pueden dividirse a grandes rasgos: mediatizados y directos. Los canales mediatizados son los que requieren de algún tipo de tecnología para la producción de mensajes y el contacto entre la fuente y el receptor o receptores, no es directo, sino a través de algún vehículo físico externo. Los canales directos dependen de la capacidad y habilidad individual para comunicarse con otros cara a cara. Por ejemplo, hablar, escuchar, indicios no verbales, etc.

2.2 Marco Legal

Primeramente, es importante citar la **Ley 51 de 1975** “por la cual se reglamenta el ejercicio del Periodismo y se dictan otras disposiciones”. (Corte Constitucional C-087, 1998)

“Reconócese como actividad profesional, regularizada y amparada por el Estado, el ejercicio del periodismo en cualesquiera de sus formas. El régimen de la profesión de periodista tiene, entre otros, los siguientes objetivos: Garantizar la libertad de información, expresión y asociación sindical; defender el gremio y establecer sistemas que procuren al

periodista seguridad y progreso en el desempeño de sus labores”. (Corte Constitucional C-087, 1998. Artículo 1).

Asimismo, son periodistas profesionales las personas que previo el lleno de los requisitos que se fijan en la Ley, se dedican a labores intelectuales referentes a: Redacción noticiosa y conceptual o información gráfica, en cualquier medio de comunicación social. (Corte Constitucional C-087 , 1998. Artículo 2)

En Colombia, para ejercer en forma permanente la profesión de periodista se requiere uno de los siguientes requisitos. De acuerdo con el artículo 3 de la ley 51 de 1975 estos son:

Poseer título en la especialidad de periodismo, expedido por una facultad o escuela aprobada por el Gobierno Nacional. (Corte Constitucional C-087, 1998)

Comprobar en los términos de la presente Ley haber ejercido el periodismo durante un lapso no inferior a cinco años anteriores a la fecha de la vigencia de ella. (Corte Constitucional C-087, 1998)

Comprobar haber ejercido de manera continua el periodismo, durante un lapso no inferior a tres años inmediatamente anteriores a la fecha de la vigencia de la presente ley y a presentación de exámenes de cultura general y conocimientos periodísticos. (Corte Constitucional C-087, 1998)

Título obtenido en el exterior en facultades similares en Ciencias de la Comunicación y realizar pruebas, salvo en el caso de títulos que provengan de países con los cuales Colombia tenga convenios sobre el particular. (Corte Constitucional C-087, 1998)

En esta misma línea, el artículo 4 contempla: “Créase la tarjeta profesional del periodista, la cual será el documento legal que acredite a su tenedor como periodista profesional”. (Corte Constitucional C-087, 1998)

En segundo lugar, **la Ley No 234 de 2018** “por medio de la cual se reconoce la profesión de Comunicación Social – Periodista y Organizacional, crea el Consejo Profesional del Comunicador Social – Periodista y Organizacional y se dicta otras disposiciones”. (Congreso de la República de Colombia. Ley 234, 2018).

La presente ley tiene por objeto reconocer la profesión del Comunicador Social – Periodista y Organizacional, la cual tiene como función la investigación, redacción, producción y divulgación de contenidos periodísticos y la actividad de información a través de medios de comunicación y/o empresarial. (Congreso de la República de Colombia, Ley 234, 2018. Artículo 1)

Asimismo, en el artículo 2 la ley garantiza la libertad e independencia profesional de la actividad del Comunicador Social – Periodista y Organizacional se le reconoce como derechos inherentes en ejercicio de sus funciones, las siguientes:

a) El secreto profesional; b) El libre acceso a los lugares y fuentes de información. Se excepcionan las fuentes que presenten restricciones por secreto de Estado, según la ley vigente; c) El derecho de petición presentado ante las entidades públicas y Empresas Mixtas del Estado para fines periodísticos tendrán prelación para dar cumplimiento al principio de la información veraz y oportuna; d) La Objeción de Conciencia frente a dar o recibir información que atente contra los principios religiosos, morales, éticos, étnicos, o de cualquier tipo en la persona del periodista. (Congreso de la República de Colombia. Ley 234, 2018)

Para el presente tema de pasantía es importante destaca la **Ley 99 de 1993**, en la cual se creó el Ministerio del Medio Ambiente y organiza el Sistema Nacional Ambiental, SINA y se dictan otras disposiciones”. (Congreso de la República de Colombia, Ley 99 de 1993, 2022)

Al igual que **la Ley 138 de 1994** “Por la cual establece la cuota para el fomento de la Agroindustria de la Palma de Aceite y se crea el Fondo del Fomento Palmero”. (Congreso de la República de Colombia, Ley 138, 1994)

Finalmente, en este mismo marco se señala el **Código de Ética y Buen Gobierno de Palmas del Cesar s.a.**

Este expresa que “el compromiso de la Empresa es conducir los negocios con altos estándares éticos cumpliendo todas las regulaciones aplicables en el país donde desarrollamos operaciones. Se espera que todos los empleados, y directivos

(individualmente, una "Persona" y colectivamente, las "Personas") se adhieran a los principios y procedimientos establecidos en este Código. Este Código es independiente y adicional a cualquier política que la Compañía haya emitido o emita, relacionada con nuestros directivos y empleados”. (Palmas del Cesar, 2020)

Este código de ética inculca en el buen manejo y desarrollo dentro de las estrategias de comunicación y la buena disposición para la aplicación al máximo de los conceptos, junto con los lineamientos para realizar una excelente actividad y/o actividades de comunicación interna y externa.

3. Informe de cumplimiento de trabajo

3.1 Presentación de resultados

Los resultados obtenidos que se presentarán a continuación se registraron de acuerdo al desarrollo de los objetivos específicos de la pasantía.

Objetivo 1. Realizar un diagnóstico sobre las condiciones actuales de los canales de comunicación externos vigentes en Palmas del Cesar.

Para llevar a cabo el desarrollo de este objetivo, se estableció la ejecución de un diagnóstico de los canales de comunicación externos, diseñando una encuesta que tenía como objetivo medir qué conocimientos poseían los públicos extrínsecos sobre estos, como también, el nivel de satisfacción que generaban los mismos.

Dicha encuesta fue aplicada de manera aleatoria a los habitantes de las zonas de influencia de la empresa Palmas del Cesar, a fin de determinar las distintas debilidades externas que ellos apreciaban sobre las estrategias de comunicación empleadas en la compañía. Para el cumplimiento de este primer objetivo, se llevaron a cabo las siguientes actividades:

Actividad 1. Diseño de encuesta virtual

Con el objetivo de conocer la satisfacción y el conocimiento que tienen los habitantes de la zona de influencia de la organización, frente a los canales de comunicación externos, las distintas estrategias que se implementan desde el área de comunicaciones y los mensajes e información que se emiten o comparten en ellos, se realizó una encuesta conformada por preguntas cerradas y de selección múltiple, esto con el fin de obtener un panorama más real sobre las condiciones actuales de estos, y basado en los resultados obtenidos determinar cuáles son las falencias que percibe externamente el público objetivo; la estructuración de esta se llevó a cabo en la plataforma de Google Forms.

Para calcular el tamaño de la muestra se tuvo en cuenta el número de población de Minas y Caño Sánchez, que según las Juntas de Acción Comunal de estos corregimientos suman mil quinientos habitantes, cabe resaltar, que este número de habitantes es un cálculo aproximado pues, no cuentan con un documento emitido oficialmente en donde conste lo anterior. Esta encuesta se aplicó con un margen de error del 10% y un nivel de confianza del 90%, arrojando como resultado que debía ser aplicado a un total de 66 personas.

Figura 3 Encuesta dirigida a las comunicaciones externas

Encuesta para medir el conocimiento y la satisfacción sobre los canales de Comunicación Externa de Palmas del Cesar

Responsable: Karennis Morales Mejía

Esta encuesta tiene como objetivo medir que conocimientos poseen los públicos extrínsecos sobre los canales de comunicación externos de la empresa Palmas del Cesar, como también el nivel de satisfacción que generan los mismos.

Para contestar esta encuesta seleccione su respuesta según corresponda.

¿Cuándo necesita consultar información sobre Palmas del Cesar a donde se dirige? *

Página Web

Canal de Youtube

Carteleras Informativas

¿Conoce usted cuáles son los canales de comunicación externos de Palmas del Cesar? *

Sí

No

Nota. Visualice la encuesta en el siguiente enlace: <https://forms.gle/eFfyMX4Vf2ruofYR7>

Actividad 2. Aplicación de encuesta

Para realizar un diagnóstico sobre los canales externos comunicacionales que tiene Palmas del Cesar, se aplicó una encuesta cuyo público objetivo fueron los habitantes de las zonas de influencia de la empresa, es importante mencionar que estas, son denominadas de esta forma tanto por la geografía, dada la cercanía con la organización, como por el radio de acción de la misma dentro de estos territorios, como lo son los corregimientos de Minas, y Caño Sánchez. Estas personas fueron elegidas indistintamente con el fin de saber cuál era el grado de

conocimiento y el nivel de satisfacción que tenían sobre los mismos.

Para el desarrollo de esta segunda actividad se tuvo en cuenta la opinión de la líder de comunicaciones de la compañía, quién gracias a la experiencia y al amplio conocimiento que tiene de la zona sugirió que se empleara este método de recolección de información de manera virtual ya que de esta forma se podría obtener la información deseada de una manera más práctica, teniendo presente que estos individuos poseen en sus celulares la aplicación WhatsApp y que se tenía la forma de llegar a ellos por medio de esta.

Para la difusión de este formulario se utilizó un grupo de WhatsApp que fue creado por el equipo de Bienestar de la organización, para enviar información a un colectivo de líderes sociales de las comunidades que colindan con la empresa y que hacen parte de un programa de construcción de tejido social que tiene la compañía, llamado Súper Gestores. Se recurrió a estas personas para que ellos difundieran con sus comunidades esta encuesta, siendo más práctico y accesible.

Figura 4 Envío de encuesta a habitantes pertenecientes a las zonas de influencia.



Actividad 3. Tabulación de la encuesta

Para la realizar esta última actividad planteada para el primer objetivo de esta propuesta, se hizo la tabulación correspondiente según las respuestas adquiridas en la encuesta aplicada, y así mismo, se efectuó un análisis global evaluando los resultados que se recolectaron a través de la misma.

La encuesta aplicada fue respondida por 71 personas en total, lo cual permite hacer un análisis efectivo sobre la realidad actual de los canales comunicacionales externos de la compañía.

Figura 5 *Análisis y tabulación de encuesta*



Figura 6 *Total de respuestas obtenidas en la encuestas*

71 respuestas



No se aceptan más respuestas



Mensaje para los encuestados

Ya no se aceptan respuestas en este formulario

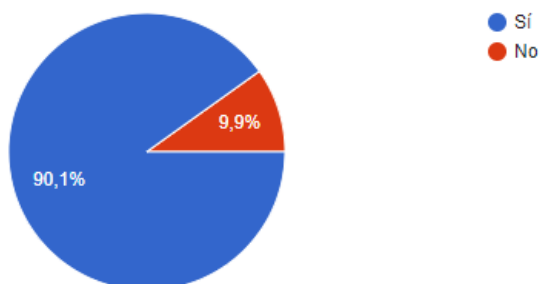
Nota. La imagen fu obtenida de la aplicación de Google Forms. Las respuestas de los participantes se desarrollaron de forma voluntaria y coherente con el fin de la misma.

Las preguntas del cuestionario fueron las siguientes:

¿Conoce usted cuales son los canales de comunicación externos de Palmas del

Cesar? (Opción múltiple)

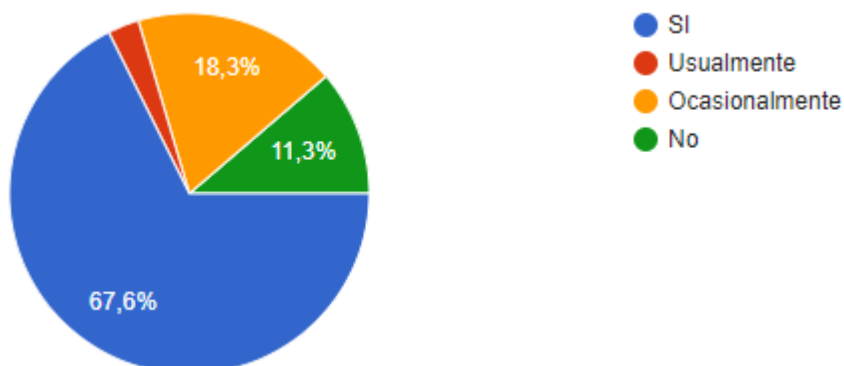
Figura 7 Resultado de la primera pregunta de la encuesta aplicada



El resultado de esta primera pregunta permite evidenciar que los habitantes de la zona de influencia de la compañía, tienen conocimiento de la existencia de los canales de comunicación externos que esta posee y que solo una pequeña minoría los desconoce.

¿Visita usted estos canales de comunicación externos? (Opción múltiple)

Figura 8 Resultado de la segunda pregunta de la encuesta aplicada



La gráfica anterior indica que el 67,6 % de los encuestados visita los canales de

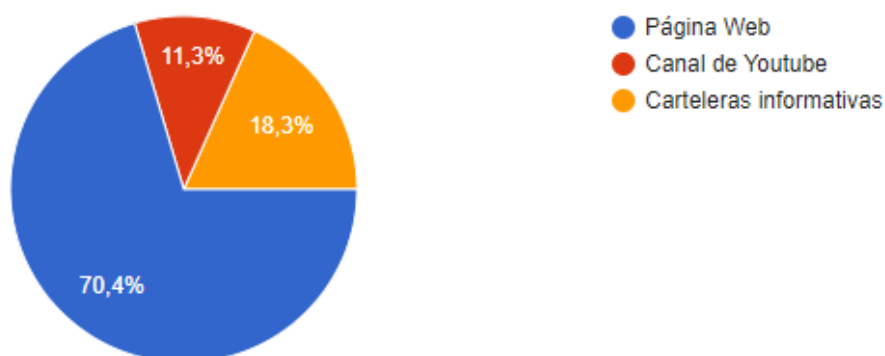
comunicación externos, el 2,8% los visita usualmente el 18,3 % ocasionalmente y el 11,3 % no visita esos canales de comunicación externos, lo que indica que el 31, 6% de ellos visita poco o no los visita.

A pesar de que la mayoría de los encuestados los frecuenta, es de suma importancia que todos los habitantes estén informados sobre el accionar extrínseco de la compañía, por lo que se deben mejorar las estrategias comunicacionales para que este pequeño porcentaje se interese por visitar, participar y disfrutar de los contenidos compartidos en la misma y así abarcar un 100% del público objetivo.

¿Cuándo necesita consultar información sobre Palmas del Cesar donde se dirige?

(Opción múltiple)

Figura 9 . Resultado de la tercera pregunta de la encuesta aplicada

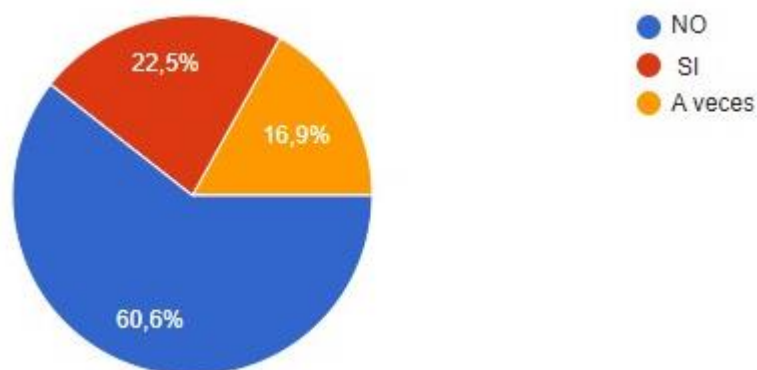


Más de la mitad de los participantes (70,4%) marcó la página web como el canal que más utilizan para buscar información sobre Palmas del Cesar, por lo que se requiere centrar el foco de atención allí, ya que es el canal con más tráfico debe estar actualizado para que cuando las personas accedan a él, se encuentren con información de primera mano, así mismo, las carteleras informativas fueron elegidas como el segundo medio al que recurren para encontrar información (18,3 %) por eso también es importante mantenerla actualizadas, por otro lado, el canal de Youtube fue elegido por una minoría con el 11,3 %.

¿Cuándo ha necesitado información sobre la compañía estos medios han sido útiles?

(Opción múltiple)

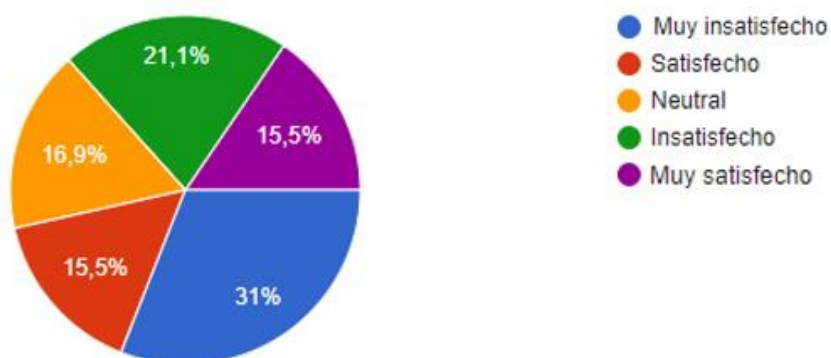
Figura 10 Resultado de la cuarta pregunta de la encuesta aplicada



El resultado de esta cuarta pregunta deja en evidencia que muy a pesar de que la población encuestada conoce los canales de comunicación externos de la compañía, y que los frecuenta, no están encontrando la información requerida por ellos ya que el 60,6% contestó no, y solo el 22,5% dijo si, así mismo el 16,9% dijo que sólo a veces han sido útiles, lo cual es alarmante.

¿Qué tan satisfecho se siente con la información que brinda Palmas del Cesar en sus canales de comunicación externos? (Opción múltiple)

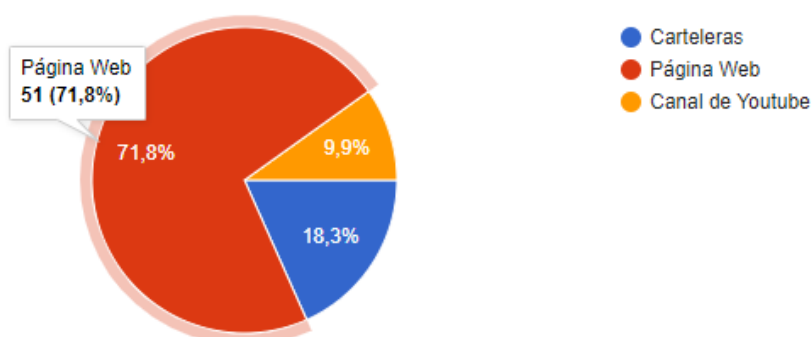
Figura 11 Resultado de la quinta pregunta de la encuesta aplicada



Este resultado deja en evidencia el descontento que tiene la población encuestada con la información que encuentran en estos canales ya que el 31% y el 21,1% contestó que no se encuentra satisfecho con la información emitida en estos y apenas el 15,5% está satisfecho.

¿Cuál considera que es el medio idóneo para recibir información? (Opción múltiple)

Figura 12 Resultado de la sexta pregunta de la encuesta aplicada



Con esta última pregunta los votantes eligieron la página web como el medio más opcionado para recibir información, dado que un porcentaje elevado (71,8 %) prefirió este antes que a los otros, el 18,3% votó por las carteleras informativas, por lo que es importante también tenerlas en cuenta y con respecto al canal de Youtube tan sólo el 9,9 % lo eligió, por lo que es pertinente potenciar su posicionamiento, ya que es necesario que todos los canales sean considerados idóneos para recibir información, porque solo se cuentan con estos 3 en la compañía.

Actividad 4. Análisis de los resultados de las encuestas aplicadas

Teniendo en cuenta los resultados obtenidos en la encuesta aplicada para diagnosticar el estado en los que se encuentran los canales de comunicación externas de Palmas del Cesar, se pudo comprobar que coexisten varias debilidades y oportunidades de mejora, con base a las estrategias que se emplean actualmente por el área de comunicaciones de la empresa en cuestión.

La herramienta de obtención de información realizada, dejo entrever que los participantes de la encuesta conocen, y frecuentan los canales de comunicación externos, pero que existe una gran falencia y es que al momento de visitarlos, en estos no hay información de su interés o por lo menos, no la requerida, lo que genera en ellos una insatisfacción elevada y poco conveniente para la compañía, de lo anterior se puede intuir que el público está desinformado y que no se está haciendo un aprovechamiento óptimo del tráfico que estos tienen.

Así mismo, se pudo evidenciar que la página web es un medio por el cual se puede llegar

fácilmente a la población debido a que es uno de los canales más visitados y apetecidos, además fue escogido como el medio que ellos prefieren para recibir información, sin dejar de lado las carteleras informativas, que durante el desarrollo de la encuesta fueron elegidas como el segundo medio que prefieren para estar informados.

Por otro lado, con respecto al canal de Youtube, se puso en evidencia el bajo posicionamiento que tiene frente a los otros dos medios, por eso se considera importante empezar a trabajar estrategias para aumentar el interés hacia él.

Figura 13 *Análisis general del primer objetivo ejecutado*



Objetivo 2. Crear una propuesta comunicacional para fortalecer la comunicación organizacional

Fundamentado por el diagnóstico sobre la situación actual de los canales de comunicación externos que se hizo durante el desarrollo del primer objetivo y el análisis realizado a los resultados obtenidos, se pudo determinar que existen falencias comunicacionales externas en Palmas del Cesar, forjando la necesidad de fortalecer a través de nuevas propuestas y estrategias distintos aspectos que en la actualidad se encuentran presentando fallas, como también, brindar el apoyo pertinente a las que ya fueron fundamentadas y que están funcionando a cabalidad.

Es gracias a lo mencionado anteriormente, que, para el desarrollo del segundo objetivo de esta propuesta, es necesario crear una propuesta comunicacional que ayude al fortalecimiento de la comunicación organizacional.

Actividad 1. Definir cuáles son las herramientas que se ajustan a las necesidades de la organización

Haciendo hincapié en los resultados arrojados por la encuesta aplicada, y luego de realizar un diagnóstico sobre las comunicaciones externas de la empresa, se definió junto al jefe del área implicada, que es necesario el fortalecimiento de las mismas, por tanto, se inicia una búsqueda de las herramientas que se ajustan a la necesidad identificada.

Adentrando en las comunicaciones externas que son las que le competen a esta propuesta, se proyecta el dinamismo y la actualización periódica de la página web, en la cual se publica

información que según los resultados de la encuesta no es satisfactoria para el público.

Seguido a esto, se pretende fortalecer la actividad de publicación de contenido de valor en las carteleras informativas, que se encuentran ubicadas en el corregimiento de Minas y Caño Sánchez, como también aumentar las visitas y seguidores del canal de YouTube.

Figura 14 *Herramientas de fortalecimiento*

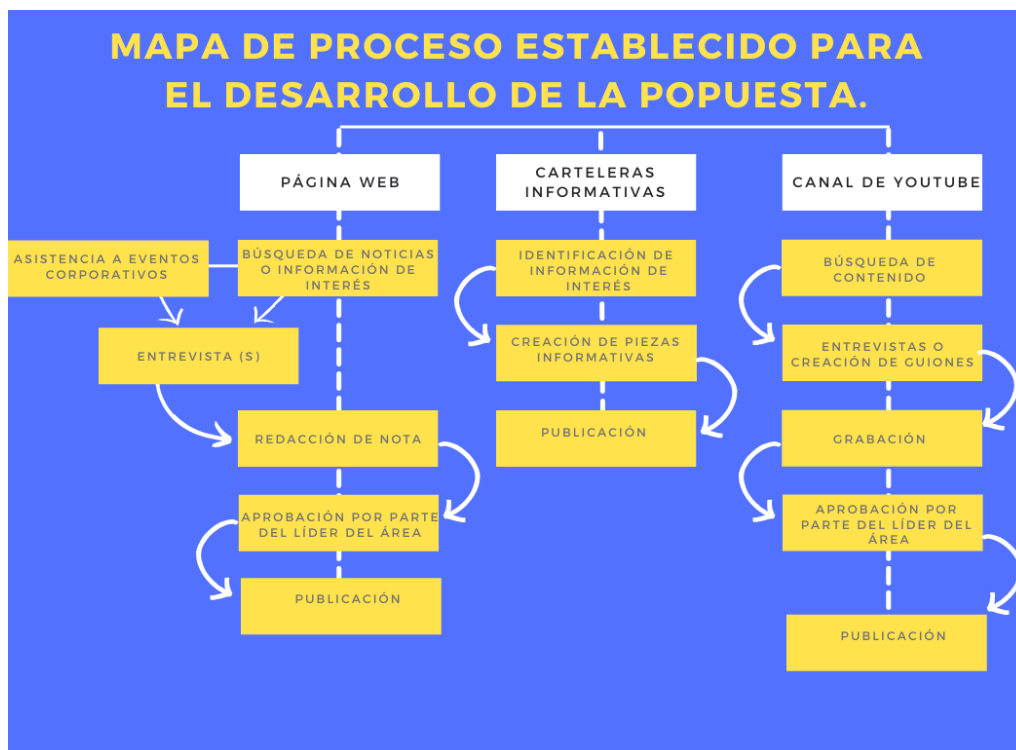


Actividad 2. Establecer el proceso para el desarrollo de la propuesta comunicacional

Para llevar a cabo el desarrollo de esta segunda actividad, es crucial plasmar el proceso con el cuál se logrará la ejecución y el cumplimiento del objetivo trazado.

A continuación, se mostrará el proceso establecido para el desarrollo de la propuesta, a través de un mapa de procesos que simplificará la comprensión del mismo, en él se expondrá cuáles son los pasos a seguir para realizar la propuesta comunicacional.

Figura 15 Mapa de Proceso para el desarrollo de la propuesta



Actividad 3. Socializar con la líder del área de comunicación la propuesta organizada

Dada la identificación de las falencias dentro del área de comunicaciones, y a partir de las necesidades que surgieron luego de esto, se realizó una propuesta encaminada al fortalecimiento de los canales de comunicación externos de la compañía, teniendo presente los hallazgos encontrados durante el análisis de las encuestas.

Por consiguiente, se hizo una exposición a la líder del área de las diferentes herramientas y estrategias que se implementarían para que a través de un proceso de evaluación, análisis e introspección le diera el aval a esta para iniciar con la ejecución de la misma; luego de conocer la propuesta surgieron algunas recomendaciones y se obtuvo la aprobación requerida.

Figura 16 Socialización junto a la líder del proceso



Actividad 4. Diseñar matriz de acción

La constancia y la organización son la clave del éxito, y son tan importantes como la disciplina y el empeño para conseguir los objetivos o metas trazadas, es por eso que para la implementación de las actividades se hace necesaria la creación de una matriz de acción, que permita llevar un orden general de las acciones a realizar.

Cabe resaltar, que cada una de las actividades planteadas, fueron diseñadas en pro del mejoramiento y avance de las comunicaciones de la compañía y que se hicieron en base a los resultados obtenidos bajo un método de recolección de información (encuesta).

Tabla 3 Matriz de acción

Comunicación externa											
Líneas estratégicas		Desarrollo			Tiempo			Recursos		Medición	
General	Específica	Acción estratégica	Público/ Meta	Canal/ Medio	Mensaje	Periodicidad	Fecha	Responsable	Recursos financieros	Indicadores	Evidencias
Crear un Plan de Comunicación Organizacional, para fortalecer los canales de comunicación externos de Palmas del Cesar.	Fortalecimiento a la actividad de publicación de contenido de valor en carteleras informativas	Publicar y diseñar contenido de valor e información importante.	Comunidades de Caño Sánchez y Minas	Impreso	Compartir información importante y de interés.	Cuando se requiera.	Desde inicio hasta el final de la pasantía.	Jefe de comunicaciones y pasante.	250.000\$	En ocasiones se publicó contenido en cartelera.	Fotografías de las carteleras externas, antes y durante las publicaciones. Los diseños realizados por el pasante.
	Posicionamiento del canal de Youtube y aumento de vistas y suscriptores	Realizar contenido para el canal. Concurso o actividad que promueva la suscripción al canal de Youtube.	Público interno y externo a la empresa.	Digital.	Dar a conocer aspectos importantes de Palmas del Cesar. Compartir información de interés.	Cuando se requiera.	Desde inicio hasta el final de la pasantía.	Jefe de comunicaciones y pasante.	100.000\$	Cuatro videos publicados en el canal.	Capturas de pantalla y links de los videos realizados. Captura de pantalla del incremento de visualizaciones.

Tabla 3

Continuación Matriz de acción

Comunicación externa											
Líneas estratégicas		Desarrollo			Tiempo			Recursos		Medición	
General	Específica	Acción estratégica	Público/ Meta	Canal/ Medio	Mensaje	Periodicidad	Fecha	Responsable	Recursos financieros	Indicadores	Evidencia
Crear un Plan de Comunicación Organizacional, para fortalecer los canales de comunicación externos de Palmas del Cesar.	Posicionamiento del canal de Youtube y aumento de vistas y suscriptores	Realizar contenido para el canal. Concurso o actividad que promueva la suscripción al canal de Youtube.	Público interno y externo a la empresa.	Digital.	Dar a conocer aspectos importantes de Palmas del Cesar. Compartir información de interés.	Cuando se requiera.	Desde inicio hasta el final de la pasantía.	Jefe de comunicaciones y pasante.	100.000\$	Cuatro videos publicados en el canal.	Diseño y difusión del concurso o actividad. Estado inicial y final del canal.
	Actualización dinámica y periódica del portal web	Redacción de noticias relevantes y de interés de eventos realizados al interior y exterior de la compañía	Habitantes de la zona de influencia de la compañía.	Portal web.	Dar a conocer aspectos importantes de Palmas del Cesar. Mostrar las acciones frente a las comunidades de la zona de	Cuando se requiera.	Desde inicio hasta el final de la pasantía.	Jefe de comunicaciones y pasante. 12 notas escritas y publicadas en la página web.	300.000\$	12 notas escritas y publicadas en la página web.	Fotos del acompañamiento periodístico. Pantallazos y URL de la publicación en la página web.

influen
a.

Nota. Las actividades planteadas, fueron diseñadas en pro del mejoramiento y avance de las comunicaciones de la compañía.

Objetivo 3. Ejecutar las estrategias establecidas para fortalecer la comunicación externa de la organización

Para dar cumplimiento al objetivo general de esta propuesta, es necesario que se ejecuten todas las estrategias establecidas para el fortalecimiento de la comunicación externa de la organización.

Dentro de este objetivo específico se encuentra una de las partes más fundamentales durante el proceso de fortalecimiento, que es el accionar y la implementación de cada una de las actividades en donde se evidenciará la evolución y el crecimiento que se obtuvo durante el desarrollo de las mismas.

Actividad 1. Creación de piezas gráficas y audiovisuales

Para alimentar los distintos canales de comunicación externa de la organización es necesaria la creación de contenido de valor, es por eso, que en esta oportunidad se plantea y se ejecuta la realización de piezas gráficas y audiovisuales como primera medida para generar visitas y para apoyar la actividad de publicación de contenido de valor en las carteleras informativas, ubicadas en los corregimientos de Minas y Caño Sánchez.

Para el diseño de estas piezas se tuvieron en cuenta las herramientas con las que contaba la empresa tales como Canva, Illustrator, Premiere y Audition. Cabe aclarar que antes de que se ejecutaran estas acciones, las carteleras informativas se encontraban vacías y que en las ocasiones en las que había algo publicado era a causa de que terceros hacían uso inicuo de las mismas.

Figura 17 Estado inicial de las carteleras informativas



Figura 18 Actualización de las carteleras informativas



Figura 19 Diseños realizados por el pasante para carteleras informativas

Octubre, Mes de la Lucha Contra el Cáncer de Seno

8 FORMAS DE PREVENIR EL CÁNCER DE MAMA

1.98 MUJERES POR CADA MIL MUJERES MUERTAS POR CÁNCER DE MAMA EN COLOMBIA

1 MUJER MUERE POR CÁNCER DE MAMA EN COLOMBIA

CÓMO PREVENIRLO

MEMORIAS CADA 2 AÑOS

HAZTE UN AUTOEXAMEN DE LAS MAMAS CADA MES DESPUÉS DE LA MENSTRUACIÓN

COME SANO

EXERCICIO FÍSICO

NO FUMES

EVITA EL SOBREPESO

NO MÁS VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

TIPOS DE VIOLENCIA CONTRA LA MUJER

- Psico-emocional**
 - Insultos
 - Ofensas
 - Amenazas verbales
- Sexual**
 - Acoso
 - Violación
 - Explotación
- Económico-laboral**
 - Negociación de empleo
 - Explotación laboral
- Física**
 - Golpes
 - Heridas
 - Ustedaciones
- Política**
 - Afecta su derecho a elegir y ser electos
- Patrimonial**
 - Despojos
 - Robos

CONVOCATORIA EXTERNA OPERARIO DE CUARTO DE CONTROL DE MÁQUINAS

Formación: 10 de noviembre del 2021

Tecnología en Electromecánica

Controlar y supervisar máquinas eléctricas, industriales, hidráulicas y térmicas e instalaciones industriales de media y baja tensión, entre otras actividades.

Experiencia: 6 meses

Lugar de trabajo: San Martín - Cesar

Salario: \$ 2.000.000 - \$ 2.200.000

Inicio de convocatoria: 10 de noviembre del 2021

Cierre de convocatoria: 17 de noviembre del 2021

Requisitos: Si cumple con el perfil ingresa al portal de la Agencia Pública de Empleo Sena y digita el siguiente código de la convocatoria

3120417

Para participar en el proceso de selección debes presentar certificado de residencia vigente expedido por la Secretaría de Gobierno Municipal

10 consecuencias de usar el celular excesivamente

1. **PERICLA LA SALUD MENTAL**
2. **REDUCE EL TIEMPO Y FUEGA**
3. **AGUSTAN LOS OÍDOS**
4. **PROBLEMAS PARA RESPIRAR**
5. **DOLOR DE CUELLO**
6. **AUMENTO DEL ESTRÉS**
7. **DOLOR DE CABEZA**
8. **Insomnio**
9. **Afecta tu concentración**
10. **Atrofia tu columna vertebral**

CONVOCATORIA PRACTICANTE

Formación: Técnico o Tecnólogo en Mecánica Industrial

Inicio de la Convocatoria: 30 de octubre del 2021

Finalización de la convocatoria: 13 de noviembre del 2021

Si cumples con el perfil envía tu hoja de vida al correo seleccion.gestionhumana@palcesar.com

CONVOCATORIA EXTERNA MECÁNICO INDUSTRIAL

Formación: 18 de noviembre del 2021

Tecnólogo o Técnico en Mantenimiento Mecánico Industrial

Conocimiento del proceso de Extracción de Aceite de Palma - Conocimientos Aplicados de Electricidad y Mecánica - Conocimientos Básicos en Metales - Soldadura y Aplicación de estas - Manejo y funcionamiento de Equipos Industriales - Manejo de Herramienta de Taller Industrial.

Experiencia: 12 meses de experiencia

Lugar de trabajo: Corregimiento de Minas San Martín - Cesar

Salario: \$ 1.500.000 - \$ 2.000.000

Inicio de convocatoria: 18 de noviembre del 2021

Cierre de convocatoria: 27 de noviembre del 2021

Requisitos: Si cumple con el perfil ingresa al portal de la Agencia Pública de Empleo Sena y digita el siguiente código de la convocatoria

3125655

Para participar en el proceso de selección debes presentar certificado de residencia vigente expedido por la Secretaría de Gobierno Municipal

Primeros auxilios en caso de QUEMADURAS POR MANIPULACIÓN DE PÓLVORA

¿Qué hacer?

- Cover las heridas con agua fría por 10 o 15 minutos.
- Retirar accesorios y ropas de la zona afectada.
- Recorrer la tela alrededor con tijeras, si es necesario.

¿Qué NO hacer?

- NO retire pólvora con bloquesador.
- NO utilice hielo.
- NO toque ni reviente los ampollas.

Enciende la magia de la novedad, sin pólvora
¡Los fuegos artificiales dejémoslos en manos de expertos!

CONVOCATORIA PRACTICANTE

Formación: Tecnólogo en Mantenimiento de Equipos de Computo, Diseño e Instalaciones de Cableado Estructurado

Inicio de la Convocatoria: 11 de octubre del 2021

Finalización de la convocatoria: 25 de octubre del 2021

Si cumples con el perfil envía tu hoja de vida al correo seleccion.gestionhumana@palcesar.com

CONVOCATORIA EXTERNA INGENIERO CIVIL

Formación: 5 de noviembre del 2021

Ingeniero Civil

Atender procesos de diseño, gestión e implementación de proyectos de obra desarrollados dentro y fuera de la organización, teniendo en cuenta las leyes, políticas y normas de calidad establecidas.

Experiencia: 30 meses de experiencia

Lugar de trabajo: Corregimiento de Minas San Martín - Cesar

Salario: \$ 2.400.000 - \$ 2.700.000

Inicio de convocatoria: 5 de noviembre del 2021

Cierre de convocatoria: 11 de noviembre del 2021

Requisitos: Si cumple con el perfil ingresa al portal de la Agencia Pública de Empleo Sena y digita el siguiente código de la convocatoria

3116888

Para participar en el proceso de selección debes presentar certificado de residencia vigente expedido por la Secretaría de Gobierno Municipal

Figura 20 Referencia video 1 realizado



Nota. Para visualizar el video visite el enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=IQnPQIP51iY>

Figura 21 Referencia video 2 realizado



Nota. Observe el video en el enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=RBmXKS6IgK8>

Figura 22 Referencia video 3 realizado



Nota. Visualice el video en el enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=IHMEC7Tx6Kw>

Figura 23 Referencia video 4 realizado



Reducción Pérdidas de Aceite Impregnado en el Ráquis

Nota. Visualice el video en el enlace: <https://www.youtube.com/watch?v=>

Figura 24 Evidencia aumento de suscriptores en YouTube

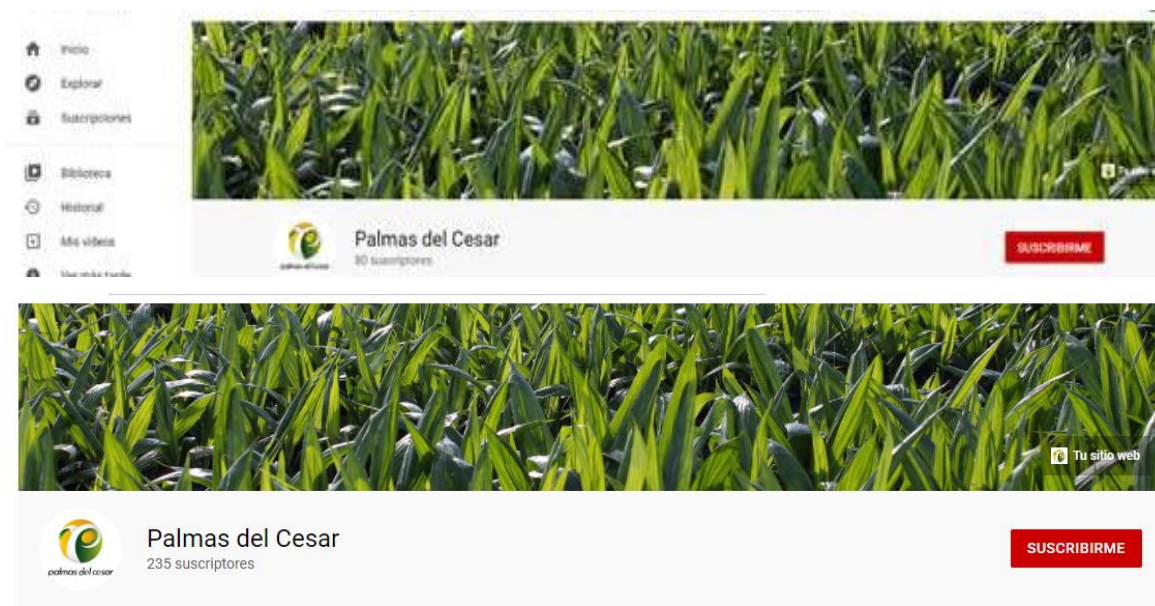


Nota. De acuerdo con las imágenes se puede observar el aumento significativo de visualizaciones en los productos audiovisuales.

Figura 25 Diseño y difusión de concurso para aumentar suscriptores



Figura 26 Estado inicial y estado final del canal de Youtube



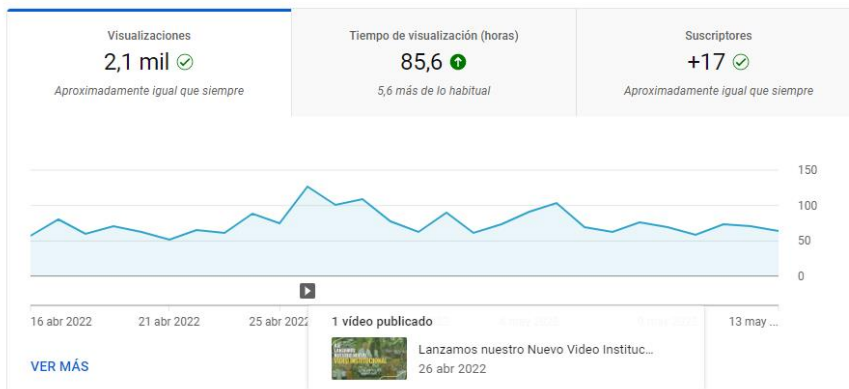
Estadísticas del canal

MODO AVANZADO

Vista general Cobertura Interacción Audiencia Investigación

16 abr - 13 may 2022
Últimos 28 días

Tu canal ha conseguido 2.118 visualizaciones en los últimos 28 días



Tiempo real

Actualizando

348

Suscriptores

[VER NÚMERO ACTUAL](#)

134

Visualizaciones · Últimas 48 horas



Videos principales

Visualizaciones

	Buenas Prácticas de Cosec...	115
	GENERADORES DE ESPERAN...	3
	Proceso de Certificación RSP...	2

[VER MÁS](#)

Actividad 2. Realizar acompañamiento periodístico

Para dar a conocer cualquier información, es necesario conocerla de primera mano, es por eso que el acompañamiento periodístico juega un papel fundamental para la finalización de estos objetivos específicos, ya que, a través de esto, todo lo que se publique será verás.

Posterior a ese cubrimiento de eventos realizados por la compañía, se procede a la redacción de las notas para el Empálmate (boletín informativo de la compañía) y así mismo, para la página web en donde se hizo la publicación de notas de interés para los públicos externos de Palmas del Cesar.

Figura 27 *Acompañamiento periodístico en eventos sociales*



Figura 28 Evidencia redacción de noticia 1



Nota. Lea la nota completa en el enlace: <https://bit.ly/3KftF2w>

Figura 29 Evidencia redacción de noticia 2

Entre risas celebramos una Tarde de Juegos con el Adulto Mayor

9 octubre, 2021 | 118

Entre risas celebramos una Tarde de Juegos con el Adulto Mayor Con el deseo de generar un espacio de alegría y diversión para los adultos mayores...

[Leer más](#)

Nota. Lea la nota completa en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3k2YX1F>

Figura 30 Evidencia redacción de noticia 3



Nota. Lea la nota completa aquí: <https://bit.ly/3ECEZnS>

Figura 31 Evidencia redacción de noticia 4



Nota. Lea la nota completa aquí: <https://bit.ly/38hGrijp>

Figura 32 Evidencia redacción de noticia 5



Nota. Lea la nota completa en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3rLb3AT>

Figura 33 Evidencia redacción de noticia 6

El Área Industrial estrena mejoras, adecuaciones y nuevos equipos



La Planta de Beneficio, es una de las piezas fundamentales de nuestra empresa, es de vital importancia que sus condiciones y funcionamiento sean óptimos. Es por esto, que se inició un proyecto de mejora, en donde se encuentran inmersos dos aspectos relevantes como lo son la funcionalidad y la estética.

Dentro de las mejoras en infraestructura que se realizaron, se encuentra la instalación de una **nueva chimenea de la caldera Advance**, así mismo, se realizó aplicación de recubrimientos en tanque elevado de agua y se hizo un cambio en el color de los **tanques de almacenamiento**, los cuales pasaron de ser color naranja a color negro, debido a que una de las principales funciones de este color es absorber la energía solar, por lo tanto, ayuda a mantener el tanque a la temperatura que necesita el aceite para su conservación, y se pintó una franja naranja para identificar el producto que allí se almacena, ya que esta hace alusión al aceite de palma y los que tienen franja amarilla al aceite de palmiste.

Nota. Lea la nota completa en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3v7gXhN>

Figura 34 Evidencia redacción de noticia 7

Taller de Conceptos Básicos en Administración y Finanzas a Proveedores de Fruta



San Alberto y Sabana de Torres.

El pasado 24 de noviembre se desarrolló un taller especial dirigido a los Proveedores de fruta, con el objetivo de ampliar los conocimientos requeridos en los esquemas administrativos y manejos financieros de sus empresas palmeras, siendo esta temática, uno de los elementos incluidos en la estrategia social direccionada al núcleo palmero y con el que se busca afianzar los conocimientos, el fortalecimiento de las relaciones y la integralidad en la atención a los proveedores de fruta.

A esta jornada pedagógica y dinámica, que fue dirigida por el equipo de la USP y Cenipalma, asistieron cerca de 40 palmicultores con plantaciones establecidas en los municipios de Aguachica, San Martín,

Mediante ejercicios focales y tomando ejemplos de la realidad de nuestro sector, se capacitaron en conceptos como **utilidades, ingresos, costos, gastos y pérdidas**; como también, en la importancia de registrar correcta y oportunamente todos sus movimientos económicos, con la finalidad de poder tener información veraz al cierre de un periodo anual que ayude en la toma de sus decisiones.

Nota. Lea la nota completa en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3s8uzHV>

Figura 35 Evidencia redacción de noticia 8

Celebramos el Día del Niño entregando regalos a hijos de los trabajadores

En Palmas del Cesar sabemos que los niños son la esperanza del futuro y la alegría del hoy, es por eso que el pasado 27, 28, y 29 de octubre regalamos alegría a través de un detalle para los hijos de los trabajadores, que estuvieran en edades de 0 a 12 años.

Con una sonrisa en el rostro estos pequeños recibieron con mucho entusiasmo sus regalos, dejaron volar su imaginación y creatividad coloreando cada una de las figuras que estaban dentro del cuadernillo de juegos que acompañaban estos detalles y se divertieron uniendo y encontrando palabras en las sopas de letras.

Conmemorar el Día del Niño ya es una tradición que tenemos en Palmas del Cesar, pues queremos que nuestros niños siempre estén felices, y qué mejor oportunidad para regalar alegría que esta fecha tan especial.

Nota. Lea la nota completa en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3K2ZN9b>

Figura 36 Nota 1 publicada en la página web



Primer encuentro del grupo Entrepalmeros

El pasado miércoles 13 de octubre en Palmas del Cesar se llevó a cabo el primer encuentro de pequeños productores denominado Entrepalmeros, allí se realizó una jornada de capacitación en la cual se convocó a los 42 proveedores que conforman este importante grupo de pequeños proveedores de fruta de la compañía.

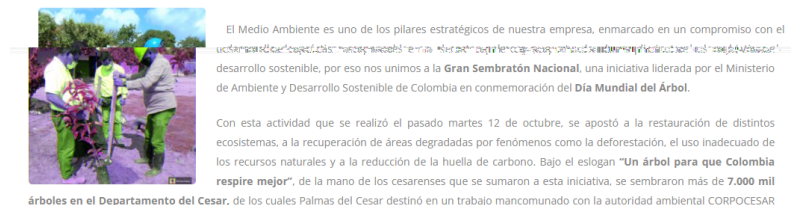
Esta capacitación lúdica y dinámica fue un espacio para aprender divirtiéndose, pues entre charlas y juegos los asistentes reforzaron sus conocimientos sobre condiciones seguras en el trabajo enfocadas en el uso de los elementos de protección personal de acuerdo a las labores desarrolladas en campo.

De igual forma se habló sobre buenas prácticas agronómicas relacionadas con procesos de fertilización y manejo integrado de plagas y enfermedades.

Nota. Lea la nota completa en el siguiente enlace: <https://bit.ly/37IPKJg>

Figura 37 Nota 2 publicada en la página web

Palmas del Cesar se une a la Gran Sembratón Nacional para la conservación del Medio Ambiente



El Medio Ambiente es uno de los pilares estratégicos de nuestra empresa, enmarcado en un compromiso con el desarrollo sostenible, por eso nos unimos a la **Gran Sembratón Nacional**, una iniciativa liderada por el Ministerio de Ambiente y Desarrollo Sostenible de Colombia en conmemoración del **Día Mundial del Árbol**.

Con esta actividad que se realizó el pasado martes 12 de octubre, se apostó a la restauración de distintos ecosistemas, a la recuperación de áreas degradadas por fenómenos como la deforestación, el uso inadecuado de los recursos naturales y a la reducción de la huella de carbono. Bajo el eslogan "Un árbol para que Colombia respire mejor", de la mano de los cesarenses que se sumaron a esta iniciativa, se sembraron más de **7.000 mil** árboles en el Departamento del Cesar, de los cuales Palmas del Cesar destinó en un trabajo mancomunado con la autoridad ambiental CORPOCESAR

Nota. Lea la nota completa en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3rNPjV8>

Figura 38 Nota 3 publicada en la página web

Entre risas celebramos una Tarde de Juegos con el Adulto

Mayor



Con el deseo de generar un espacio de alegría y diversión para los adultos mayores, el pasado martes 5 de octubre la Fundación Bajo el Palmar y Palmas del Cesar llevaron a cabo el evento **Tarde de Juegos con el Adulto Mayor**.

Este escenario fue diseñado para promover el sano esparcimiento e incrementar el bienestar físico y mental de las personas de la tercera edad, quienes disfrutaron toda la tarde pintando, bailando y jugando en el salón comunal del corregimiento de Minas.

Entre música, gritos de alegría, dados, fichas, pinceles y risas los abuelitos fueron agasajados, premiados y acompañados por trabajadores de Palmas del Cesar voluntarios de la Fundación y el grupo de Super Gestores Sociales.

Nota. Lea la nota completa en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3LeQqVp>

Figura 39 Nota 4 publicada en la página web



Nota. Lea la nota completa en el siguiente enlace: <https://bit.ly/3vX3CIj>

4. Diagnóstico Final

Durante el desarrollo de la pasantía, en el área de comunicaciones de la empresa Palmas del Cesar se implementaron estrategias que permitieron un avance significativo en las comunicaciones externas de la compañía, la creación y realización del Plan de Comunicación Organizacional para el fortalecimiento de estos canales, evidencia el crecimiento y la aceptación del público exterior por las acciones llevadas a cabo por la autora de la propuesta en cuestión, ya que, gracias a ello se logró el posicionamiento del canal de YouTube, se aprovechó el tráfico que tiene la Página Web tras la publicación constante de contenido de interés para los internautas y así mismo, se apoyó la actividad de publicación en las carteleras informativas.

Cabe resaltar, que, a lo largo de la instancia en la organización, también se apoyaron

procesos que ya se realizaban en el área, pero estos dirigidos a las comunicaciones internas. Una de las actividades principales y de suma importancia fue la elaboración del instrumento informativo de la organización llamado Empálmate, el cual cuenta con distintas secciones como, Nuestro Talento Humano, SST informa, Palmidato, Cumpleaños mensual y De la Palma a la Mesa, este es publicado en las carteleras informativas internas cada 15 días y es enviado por el correo electrónico, y por los distintos grupos de WhatsApp que maneja el área.

Teniendo en cuenta los resultados alcanzados a partir de la realización de la propuesta, se expusieron las evidencias que comprueban el cumplimiento de todas las actividades que se plantearon para lograr el objetivo general del proyecto, demostrando la efectividad de las labores aplicadas.

Es importante mencionar, el cambio que se logró en las distintas plataformas comunicacionales externas intervenidas, y cómo surgió un interés evidente por parte de los habitantes de la zona de influencia por los acontecimientos y las acciones de la compañía para con las comunidades externas, lo que beneficia sustancialmente a la empresa.

Con referencia a las comunicaciones internas, se logró mantener a los colaboradores informados de lo que pasa en Palmas del Cesar, de las actividades que realizan las áreas, los acontecimientos importantes que surgen en el campo de la salud y las recomendaciones por parte de la líder de SST para salvaguardar a los trabajadores, como también, se aprovechó la oportunidad para realizar reconocimientos a trabajadores que por su buena conducta, compañerismo y profesionalismo han destacado durante varios años en la empresa.

Gracias a esta propuesta se logró el fortalecimiento de los canales de comunicación externos de Palmas del Cesar, y también se apoyaron procesos que ya estaban instaurados, lo que significa que no solo hubo un aporte importante en la parte externa, sino, también en la interna, lo que deja en evidencia que se alcanzó un poco más de lo trazado inicialmente.

5. Conclusiones

El Plan de Comunicaciones que se llevó a cabo para el fortalecimiento de los canales de comunicación externos de la empresa Palmas del Cesar, y gracias al estudio previo que se realizó para comprender la situación de la compañía y la aplicación de una encuesta para medir el conocimiento y la satisfacción del público al cual iba dirigida, permitió ilustrar de forma clara cuáles eran las necesidades y los puntos a mejorar, para que de este modo hubiese dentro de la organización una comunicación impecable.

Con la aplicación de cada una de las actividades se lograron resultados sumamente relevantes, pero se debe resaltar en este caso el crecimiento de los suscriptores en el canal de YouTube, el cual pasó de tener 80, a contar actualmente con más de 200, lo que permite que las reproducciones del material que allí se publique se incrementen, ya estos son seguidores activos.

Por parte de las comunicaciones internas, la publicación periódica en las carteleras informativas internas, en donde se hacía actualización y difusión de distintos documentos informativos tales como flyers, convocatorias, circulares y el boletín informativo Empálmate con sus diferentes secciones, en Palmas del Cesar hay un total seis carteleras internas que se encuentran en diferentes zonas mencionadas a continuación: Zona Centro (3), Planta de Beneficio (1), Labrador (1) Progreso (1).

La organización de las acciones específicas a realizar, permitió la obtención de un panorama más claro y ayudó a trazar un paso a paso que garantizara el cumplimiento del objetivo global de la propuesta, por consiguiente, la matriz de acción jugó un papel fundamental en el

éxito del proyecto.

En la actualidad, se puede afirmar que los canales de comunicación externos con los que cuenta Palmas del Cesar se encuentran fortalecidos y que esto es a causa de la constancia de la disposición y el empeño con el que se trabajó durante el tiempo en el que se llevó a cabo el proyecto, nada de esto hubiera sido posible sin el compromiso por parte del equipo de comunicaciones integrado por la líder del proceso, la auxiliar de comunicaciones y la pasante, en este caso la autora de la propuesta, ya que gracias a la unión de conocimientos se obtuvo una mejoría notable en las comunicaciones de la compañía.

6. Recomendaciones

En aras del mejoramiento continuo de los canales de comunicación externos de la compañía, se recomienda seguir aplicando las acciones que se desarrollaron a lo largo de la pasantía, como implementar nuevas estrategias para que mancomunadas con las que ya se realizan, se logre potenciar aún más las comunicaciones de Palmas del Cesar.

Así mismo es importante, para el crecimiento organizacional abrir paso a las nuevas tecnologías, ya que, el aprovechamiento de las mismas permitirá que a través de herramientas como las redes sociales se amplíen posibilidades comerciales y sociales para la organización. Es relevante mencionar, que al inicio del proyecto se planteó a la líder del área la idea de crear y alimentar perfiles para Palmas del Cesar en Plataformas como Meta (Facebook) e Instagram, a lo que la encargada respondió que dadas a las estrictas políticas que posee la compañía no se habían implementado, sin embargo, gracias a la insistencia y a la gestión de la autora, actualmente se adelanta una propuesta que será presentada a la gerencia, en donde se muestra la importancia de las RRSS en las empresas.

Por otra parte, es necesario que en el área haya más personal, puesto que, esta está conformada únicamente por tres personas (Comunicadora Organizacional, Auxiliar de Comunicaciones y Pasante) y Palmas del Cesar por ser una empresa tan grande, necesita un mayor acompañamiento en los procesos comunicacionales, pues, dada la demanda de información, al departamento llegan demasiadas solicitudes de apoyo en los procesos de otras dependencias, que muchas veces se descuidan actividades propias e importantes.

Referencias

Aristóteles. (1998). Política. Madrid, Biblioteca Básica Gredos. Obtenido de

[https://bcn.gob.ar/uploads/ARISTOTELES,%20Politica%20\(Gredos\).pdf](https://bcn.gob.ar/uploads/ARISTOTELES,%20Politica%20(Gredos).pdf)

Catucci, A. (2022). Marketing Insider Review. Obtenido de

<https://www.marketinginsiderreview.com/comunicacion-externa-empresa/>

Corte Constitucional C-087. (1998). Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66152>

Corte Constitucional C-087. (1998. Artículo 1). Ley 51 de 1975. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66152>

Corte Constitucional C-087 . (1998. Artículo 2). Ley 51 de 1975. Obtenido de

<https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma.php?i=66152>

Congreso de la República de Colombia, Ley 138. (1994). Obtenido de <https://www.suin->

[juriscal.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1649449#:~:text=Cr%C3%A9ase%20el](https://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1649449#:~:text=Cr%C3%A9ase%20el)

[%20Fondo%20de%20Fomento,el%20desarrollo%20del%20sector%20agr%C3%ADcola.](https://www.suin-juriscal.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1649449#:~:text=Cr%C3%A9ase%20el%20Fondo%20de%20Fomento,el%20desarrollo%20del%20sector%20agr%C3%ADcola)

Congreso de la República de Colombia, Ley 234. (2018. Artículo 1). Proyecto de Ley 234 de

2018 Senado. Obtenido de <https://vlex.com.co/vid/proyecto-ley-234-2018-717158309>

Congreso de la República de Colombia, Ley 99 de 1993. (2022). Obtenido de

http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0099_1993.html

Congreso de la República de Colombia. Ley 234. (2018). Obtenido de

<https://vlex.com.co/vid/proyecto-ley-234-2018-717158309>

- EcuRed. (2020). Obtenido de https://www.ecured.cu/Canal_de_comunicaci%C3%B3n
- Fernández Collado, C. (2009). Definición y alcance de la comunicación organizacional. En C. F. Callado, *La Comunicación en las Organizaciones*. Mexico: Trillas. Obtenido de <http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/3223/1/Definici%C3%B3n%20y%20alcance%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n%20organizacional.PDF>
- Jairo Barbosa, E. R. (2020). Estrategias de comunicación: Diseño, ejecución y seguimientos. En J. B. Elvis Rios. Redipe.
- Palmas del Cesar. (2020). Nuestra historia .
- P&A Group. (2017). La comunicación externa en la empresa: conecta con el mundo. Obtenido de <https://grupo-pya.com/la-comunicacion-externa-la-empresa-conecta-mundo/>
- Palmas del Cesar. (2016). Pagina Web Palmas del Cesar. Obtenido de <http://palcesar.com/nosotros/#historia>
- Palmas del Cesar. (s.f.). Palmas del Cesar. Obtenido de <https://palcesar.com/wp-content/uploads/2021/03/C%C3%B3digo-de-%C3%A9tica-y-buen-gobierno.pdf>
- Palmas del Cesar. (10 de 01 de 2020). Código de Ética y Buen Gobierno. Obtenido de <https://palcesar.com/wp-content/uploads/2022/02/Codigo-de-Etica-y-Buen-Gobierno-PalCesar-2022.pdf>
- Plataforma del Voluntariado de España. (2016). Elaboración de un Plan de Comunicación. Obtenido de https://www.solucionesong.org/img/foros/4c8ddf9bb43a2/Elaboracion_plan_de_comunicacion_PPVE.pdf
- República, C. d. (s.f.). Congreso de la República . Obtenido de <http://leyes.senado.gov.co/proyectos/images/documentos/Textos%20Radicados/proyectos>

%20de%20ley/2017%20-%202018/PL%20234-18%20Comunicador%20Social.pdf

Apéndices

Apéndice A Evidencias desarrollo de actividades

Figura 40 *Proceso de grabación, edición audiovisual y redacción de noticias*



Figura 41 *Actualización periódica de murales informativos*



Figura 42 Diseño de pieza publicitaria



¡Deleita tu paladar!
Haz recetas con aceite de palma 100% colombiano

INGREDIENTES

- 1 kg de queso crema o doblecrema
- 1 taza de azúcar
- 1 taza de miga de pan fina
- 150 g de margarina
- 2 cucharadas de vainilla
- 4 cucharadas de fécula de maíz o harina trigo
- 8 huevos batidos
- 4 tazas de frutos rojos de su elección
- 2 tazas de agua
- ½ taza de azúcar
- 2 cucharadas de zumo de limón

PREPARACIÓN

- Para el dulce de frutos rojos, poner todos los ingredientes en una olla y cocinar a fuego medio hasta que las frutas estén blandas; retirarlas del fuego, enfriar y reservar.
- Derretir la margarina y mezclarla con la miga de pan, ponerla en el fondo de un molde y presionarla para formar una base, refrigerar.
- En una licuadora, procesar todos los ingredientes excepto la fécula de maíz; cuando todo esté muy bien procesado, añadir la fécula de maíz y procesar un minuto más.
- Poner la mezcla en el molde que previamente estaba en refrigeración y hornear a 190 oC durante 45 minutos.
- Verificar que no se dore demasiado y cuando esté firme al tacto en el centro, sacarla y dejarla a temperatura ambiente hasta que enfríe, luego refrigerar por 6 horas como mínimo.
- Desmoldar la tarta y decorar con el dulce de frutos rojos.

MIRA EL VIDEO



ESCANEA ESTE CÓDIGO CON LA CÁMARA DE TU CELULAR Y PREPARA LA RECETA EN CASA JUNTO A TU FAMILIA

Figura 43 Redacción perfil periodístico



NUESTRO TALENTO HUMANO



ROSA EMILIA FERRER

Rosa Emilia Ferrer es una mujer de 52 años de edad, oriunda del municipio de San Martín - Cesar. Desde el 2007 empezó a trabajar por medio de cooperativas en Palmas del Cesar, y años más tarde fue contratada directamente por la compañía, donde actualmente tiene el cargo de trabajadora de oficios varios campo, pero ha sido reubicada en otras labores por motivos de salud.

Ella es una luchadora incansable, su constancia y perseverancia le han permitido cumplir gran parte de sus sueños y anhelos más profundos, es madre de 5 hijos y abuela de una pequeña de 5 años que alegra cada uno de sus días con sus travesuras y mimos.

Gracias a su labor y al amor que le pone al desempeñarlo, se ha destacado por ser una trabajadora intachable. Rosa le agradece hoy a Palmas del Cesar la oportunidad que le brindó en los momentos más difíciles de su vida y el apoyo que ha recibido a lo largo de todos estos años.

“Palmas del Cesar cambió mi calidad de vida, por eso doy gracias a Dios por seguirme permitiendo estar aquí”.

ROSA EMILIA FERRER
Oficios Varios Campo

Figura 44 Diseño de infografía

SST INFORMA

Esta es la ruta que debe seguir para descargar su certificado digital de vacunación

- 1** Ingrese desde su teléfono a la página web


- 2** Llene el formulario con sus datos personales


- 3** Dele click a la opción que indica la descarga

Mi certificado de vacunación

El Certificado Digital de Vacunación contiene el registro de vacunas que el ciudadano ha recibido contra el COVID-19. Este documento contiene un código QR que permite validar la autenticidad del mismo. Por favor manténgalo en un lugar seguro. Para consultar si ya su Certificado Digital de Vacunación ha sido generado, por favor hacer click en la imagen del lado derecho.


- 4** Se descargará un PDF que contiene su certificado



¡Recuerde!

A PARTIR DEL MES DE DICIEMBRE LE EXIGIRÁN EL CERTIFICADO DE VACUNACIÓN PARA INGRESAR A LUGARES COMO:

- RESTAURANTES
- MUSEOS
- PARQUES DE DIVERSIONES
- CINES
- BARES
- CONCIERTOS
- ESCENARIOS DEPORTIVOS
- BINGOS