

	<b>UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER OCAÑA</b>			
	Documento	Código	Fecha	Revisión
	<b>FORMATO HOJA DE RESUMEN PARA TRABAJO DE GRADO</b>	<b>F-AC-DBL-007</b>	<b>08-07-2021</b>	<b>B</b>
Dependencia	Aprobado		Pág.	
<b>DIVISIÓN DE BIBLIOTECA</b>	<b>SUBDIRECTOR ACADÉMICO</b>		<b>1(1)</b>	

### RESUMEN – TRABAJO DE GRADO

<b>AUTORES</b>	Julio César Ospino Navas		
<b>FACULTAD</b>	Artes y Humanidades		
<b>PLAN DE ESTUDIOS</b>	Programa de Comunicación Social		
<b>DIRECTOR</b>	Danyth Janeth Fandiño Lerma		
<b>TÍTULO DE LA TESIS</b>	Plan de comunicación estratégica externo en la que se plantee el uso de las nuevas tecnologías de la información en la empresa Palmas del Cesar S. A		
<b>TÍTULO EN INGLÉS</b>	External strategic communication plan that considers the use of new information technologies in the company Palmas del Cesar S.A		
<b>RESUMEN</b>			
<p>Las nuevas tecnologías de la Información son para las empresas una herramienta atractiva para la comunicación, ya que estas permiten una comunicación rápida y que presentan una diversidad de formas de comunicar, sin embargo, Palmas del Cesar aún no ha implementado en su comunicación la utilización de estas nuevas formas de comunicación. Es por ello que se creó una propuesta de plan de comunicación estratégica externo para la utilización en el que se plantee el uso de las nuevas tecnologías de la información.</p>			
<b>RESUMEN EN INGLES</b>			
<p>The new information technologies are for companies an attractive tool for communication, since they allow rapid communication and present a diversity of ways of communicating, however, Palmas del Cesar has not yet implemented the use of these new forms of communication. That is why a proposal for an external strategic communication plan was created for use in which the use of new information technologies is considered.</p>			
<b>PALABRAS CLAVES</b>	Redes sociales, social media, plataformas digitales, posicionamiento, comunicación asertiva, formatos, publicidad, multimedia, audiovisual, estrategia, comunicación, target, comunicación empresarial.		
<b>PALABRAS CLAVES EN INGLÉS</b>	Social networks, social media, digital platforms, positioning, assertive communication, formats, advertising, multimedia, audiovisual, strategy, communication, target, business communication.		
<b>CARACTERÍSTICAS</b>			
<b>PÁGINAS:</b> 125	<b>PLANOS:</b> 0	<b>ILUSTRACIONES:</b> 0	<b>CD-ROM:</b> 0



Vía Acolsure, Sede el Algodonal, Ocaña, Colombia - Código postal: 546552  
 Línea gratuita nacional: 01 8000 121 022 - PBX: (+57) (7) 569 00 88  
 atencionalciudadano@ufpso.edu.co - www.ufpso.edu.co

**Plan de comunicación estratégica externo en la que se plantee el uso de las nuevas tecnologías de la información en la empresa Palmas del Cesar S. A**

Julio César Ospino Navas

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

Comunicación Social

Dr. Danyth Janeth Fandiño Lerma

10 de febrero de 2022

## Índice

<b>Capítulo 1. Plan de comunicación estratégica externo en el que se plantee el uso de las nuevas tecnologías de la información en la empresa Palmas del Cesar S. A.....</b>	<b>14</b>
<i>1.1. Descripción breve de la empresa .....</i>	<i>14</i>
<i>1.1.1. Misión .....</i>	<i>15</i>
<i>1.1.2. Visión .....</i>	<i>15</i>
<i>1.1.3. Objetivos de la empresa .....</i>	<i>15</i>
<i>1.1.4. Descripción de la estructura organizacional .....</i>	<i>16</i>
<i>1.1.5. Descripción de la dependencia y/o proyecto al que fue asignado .....</i>	<i>18</i>
<b>1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada.....</b>	<b>19</b>
<i>1.2.1. Planteamiento del problema.....</i>	<i>24</i>
<b>1.3. Objetivo de la pasantía .....</b>	<b>25</b>
<i>1.3.1. General. ....</i>	<i>25</i>
<i>1.3.2. Específicos .....</i>	<i>25</i>
<b>1.4. Descripción de las actividades a desarrollar en la misma .....</b>	<b>26</b>
<b>1.5. Cronograma de actividades. ....</b>	<b>29</b>
<b>Capítulo 2: Marco referencial.....</b>	<b>33</b>
<b>2.1. Marco conceptual.....</b>	<b>33</b>
<i>2.2. Marco legal .....</i>	<i>36</i>
<b>Capítulo 3. Desarrollo de la investigación .....</b>	<b>40</b>

<b>3.1. Presentación de resultados .....</b>	<b>40</b>
3.1.1. Objetivo 1. ....	40
3.1.2. <i>Objetivo 2.</i> ....	58
3.1.3. <i>Objetivo 3.</i> ....	69
<b>Capítulo 5. Conclusiones .....</b>	<b>96</b>
<b>Capítulo 6. Recomendaciones .....</b>	<b>97</b>
<b>Referencias.....</b>	<b>98</b>
<b>Apéndices.....</b>	<b>100</b>

### **Lista de tablas**

**Tabla 1.** Matriz DOFA cruzada de la dependencia asignada.

**Tabla 2.** Tabla de descripción de las actividades a desarrollar.

**Tabla 3.** Cronograma de actividades del proyecto de investigación.

**Tabla 4.** Temas y recursos que se necesitarán en el plan estratégico.

**Tabla 5.** Plataformas digitales recomendadas.

**Table 6.** Plan de acción para Facebook.

**Tabla 7.** Plan de acción para Instagram.

**Tabla 8.** Plan de acción para YouTube.

**Tabla 9.** Plan de acción para WhatsApp.

**Tabla 10.** Plan de acción para LinkedIn.

## Lista de figuras

**Figura 1.** Organigrama de Palmas del Cesar.

**Figura 2.** Unidad de Gestión Humana y Responsabilidad Social. Fuente: reglamento interno de trabajo de Palmas del Cesar.

**Figura 3.** Evidencia de envío de encuesta a trabajadores.

**Figura 4.** Evidencia de envío de encuesta a trabajadores.

**Figura 5.** Evidencia de envío de encuesta a trabajadores.

**Figura 6.** Pantallazo desde el teléfono celular corporativo en el que se envió las dos encuestas.

**Figura 7.** Pantallazo desde el teléfono celular corporativo en el que se envió las dos encuestas.

**Figura 8.** Pantallazo de las respuestas de los dos formularios en línea realizada a los grupos de interés.

**Figura 9.** Pantallazo de las respuestas de los dos formularios en línea realizada a los grupos de interés.

**Figura 10.** Captura de la página web y sus contenidos informativos, de contacto, políticas y demás.

**Figura 11.** Captura de la página web y sus contenidos informativos, de contacto, políticas y demás.

**Figura 12.** Captura de la página web y sus contenidos informativos, de contacto, políticas y demás.

**Figura 13.** Captura de la página web y sus contenidos informativos, de contacto, políticas y demás.

**Figura 14.** Captura de las estadísticas, rendimiento e interacción de los contenidos subidos al canal de YouTube.

**Figura 15.** Captura de las estadísticas, rendimiento e interacción de los contenidos subidos al canal de YouTube.

**Figura 16.** Captura en los que se evidencia el envío de información a los grupos de WhatsApp, video, flayer, fotos, etc.

**Figura 17.** Captura en los que se evidencia el envío de información a los grupos de WhatsApp, video, flayer, fotos, etc.

**Figura 18.** Captura en los que se evidencia el envío de información a los grupos de WhatsApp, video, flayer, fotos, etc.

**Figura 19.** Fotografías que evidencian el estado dónde y cómo se publica el empálmate.

**Figura 20.** Fotografías que evidencian el estado dónde y cómo se publica el empálmate.

**Figura 21.** Captura que evidencia la plataforma en la que se diagrama el boletín informativo y el canal digital donde se publica.

**Figura 22.** Captura que evidencia la plataforma en la que se diagrama el boletín informativo y el canal digital donde se publica.

**Figura 23.** Fotografía que evidencia el canal de comunicación por PQRS.

**Figura 24.** Fotografía que evidencia el canal de comunicación por PQRS.

**Figura 25.** Respuesta de la primera pregunta encuesta trabajadores. Autor Google Forms.

**Figura 26.** Respuesta de la segunda pregunta encuesta trabajadores. Autor Formulario de Forms.

**Figura 27.** Respuesta de la tercera pregunta encuesta trabajadores. Autor Formulario de Google Forms.

**Figura 28.** Respuesta de la cuarta pregunta encuesta trabajadores. Autor Formulario de Google Forms.

**Figura 29.** Respuesta de la quinta pregunta encuesta trabajadores. Autor Formulario de Google Forms.

**Figura 30.** Respuesta de la primera pregunta encuesta comunidades. Autor Google Forms.

**Figura 31.** Respuesta de la segunda pregunta encuesta comunidades. Autor Google Forms.

**Figura 32.** Respuesta de la tercera pregunta encuesta comunidades. Autor Google Forms.

**Figura 33.** Figura que indica el formato y las dimensiones en las que se diagramará el producto final.

**Figura 34.** Paleta de color corporativa.

**Figura 35.** Paleta de color corporativa.

**Figura 36.** Paleta de color corporativa.

**Figura 37.** Vectores e ilustraciones.

**Figura 38.** Vectores e ilustraciones.

**Figura 39.** Banners.

**Figura 40.** Formas dinámicas.

**Figura 41.** Formas dinámicas.

**Figura 42.** Formato guía solicitado por la Dirección de Gestión Humana y Responsabilidad Social.

**Figura 43.** Formato guía solicitado por la Dirección de Gestión Humana y Responsabilidad Social.

**Figura 44.** Formato guía solicitado por la Dirección de Gestión Humana y Responsabilidad Social.

**Figura 45.** Fotografías de referencia para diseñar contenido, prólogo e información del producto final.

**Figura 46.** Fotografías de referencia para diseñar contenido, prólogo e información del producto final.

**Figura 47.** Fotografías de referencia para diseñar contenido, prólogo e información del producto final.

**Figura 48.** Figuras que referencia la portada gráfica y los bordes de seguridad que se manejará en plan de comunicación estratégica.

**Figura 49.** Figuras que referencia la portada gráfica y los bordes de seguridad que se manejará en plan de comunicación estratégica.

**Figura 50.** Respuesta de la quinta pregunta sondeo trabajadores. Autor Google Forms.

**Figura 51.** Respuesta de la sexta pregunta sondeo trabajadores. Autor Google Forms.

**Figura 52.** Respuesta de la cuarta pregunta sondeo a comunidades. Autor Formulario de Google Forms.

**Figura 53.** Respuesta de la cuarta pregunta sondeo a comunidades. Autor Formulario de Google Forms.

## **Lista de apéndices**

**Apéndice A.** Crear una propuesta de un plan de comunicación estratégica externo en la que se plantee el uso de las nuevas tecnologías de la información en la empresa Palmas del Cesar S. A.

## **Resumen**

La evolución constante de las nuevas tecnologías y plataformas digitales se han convertido para las pequeñas, medianas y grandes compañías en una herramienta atractiva para la comunicación interna y externa de su organización, ya que estas permiten una comunicación rápida y fácil que presentan diversidad de formas de comunicar los objetivos, ideas, proyectos que se tienen para desarrollar, etc. Sin embargo, la empresa Palmas del Cesar aún no ha implementado en su plan de comunicación la utilización de estas nuevas formas de comunicación que vienen ejecutando otros actores de la palmicultura en Colombia. En por ello que se creó una propuesta de plan de comunicación estratégica externo para la utilización en el que se plantee el uso de las nuevas tecnologías de la información en la empresa Palmas del Cesar S. A.

## **Introducción**

En el siguiente proyecto de modalidad pasantía, se desarrolla con el objetivo de crear una propuesta de un plan de comunicación estratégica para la empresa Palmas del Cesar S. A. donde pueda gestionar e incursionar en las nuevas plataformas digitales para llevar a cabo sus objetivos corporativos. A lo largo de los capítulos de este trabajo, se podrá evidenciar la elaboración de toda la estrategia, un diagnóstico que permitió la identificación contextual de lo que es la compañía, sus valores corporativos e información histórica que permitió tener datos más detallados y necesarios para comprender su cultura organizacional y los enfoques comunicativos actuales para así, llevarlos a las nuevas tendencias y formas de comunicación de la actualidad.

Así también, se implementó un estudio a los grupos de interés de la compañía más importante con el fin conocer cuál era sus percepciones sobre los procesos comunicativos y como participarían de las actuales si se pudiesen implementar, con qué plataformas más se comunican, se informan y además con qué dispositivos cuentan para poder participar de ellas, luego se definió las características, temas, ítems, formato, paleta de colores y su diagramación en general que debía tener el plan de comunicación estratégica para la compañía en mención.

(Apéndice A)

## **Capítulo 1. Plan de comunicación estratégica externo en el que se plantee el uso de las nuevas tecnologías de la información en la empresa Palmas del Cesar S. A.**

### ***1.1. Descripción breve de la empresa***

Según consta en la página web de Palmas del Cesar S.A. (s.f.) nació como una empresa en el año 1960. Su creación fue 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. 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.

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 reorganizarse 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.

Esta organización ha creado las condiciones para adaptarse a los cambios y a los nuevos desarrollos gracias a una filosofía administrativa adecuada a las exigencias que se imponen en el moderno mundo empresarial. Directivos, asesores, ingenieros, tecnólogos en diferentes especialidades, personal calificado, trabajadores de campo, planta extractora, y servicios generales conforman una gran familia que día a día enfrenta el desafío de un

mejor mañana, sembrando el presente con su fuerza laboral y su compromiso indeclinable de cumplir cabalmente con las responsabilidades.

Actualmente, se encuentra ubicada en el Km 113 vía al mar en el corregimiento de Minas, del municipio de San Martín, sur del Cesar, y cuenta con 11.145 hectáreas de palma sembrada. Además, posee un núcleo palmero de 319 proveedores de fruta fresca, como también dos plantas de beneficio que producen aceite crudo de palma y de palmiste, certificados internacionalmente con el sello de sostenibilidad por la RSPO (Roundtable for Sustainable Palm Oil), contribuyendo así con el incremento de la producción nacional de aceite de palma.

#### ***1.1.1. Misión***

Desarrollar una palmicultura responsable y sostenible, buscando siempre la excelencia con el fin de producir los mejores frutos para el progreso. código de ética y buen gobierno de Palmas de Cesar. (Palmas del Cesar S. A., (s.f))

#### ***1.1.2. Visión***

Ser el mejor referente dentro de la actividad palmera nacional y se reconozca la forma responsable en que se ha hecho de la palma una fuente de progreso y desarrollo regional. Código de ética y buen gobierno de Palmas del Cesar. (Palmas del Cesar S. A., (s.f))

#### ***1.1.3. Objetivos de la empresa***

- Garantizar el cumplimiento de los planes de producción y de ventas establecidos.

- Lograr que los productos realizados en Palmas del Cesar cumplan las especificaciones técnicas y demás requisitos aplicables.
- Brindar una adecuada asistencia técnica a los proveedores de racimo de fruta fresca, para mantener una relación mutuamente beneficiosa basada en la confianza, lealtad y satisfacción de sus necesidades y expectativas.
- Asegurar la satisfacción de los clientes y demás partes interesadas mediante el cumplimiento de sus necesidades y expectativas.
- Mejorar y mantener el desarrollo y bienestar de los trabajadores, para alcanzar altos niveles de su competencia y productividad.
- Prevenir, controlar y mitigar los impactos negativos ambientales y sociales derivados de las actividades desarrolladas en la compañía y promover los positivos.
- Asegurar el mantenimiento y la mejora continua de los Sistemas de Gestión, código de ética y buen gobierno. (Palmas del Cesar S. A., (s.f))

#### ***1.1.4. Descripción de la estructura organizacional***

Según el funcionamiento y cómo está compuesto el organigrama de la empresa Palmas del Cesar, se puede apreciar la estructura y organización que refleja de forma esquemática, y cada rol que cumplen las distintas dependencias que la integran, según los niveles jerárquicos y líneas de autoridad que se llevan a cabo dentro de la misma.

**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 en 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.

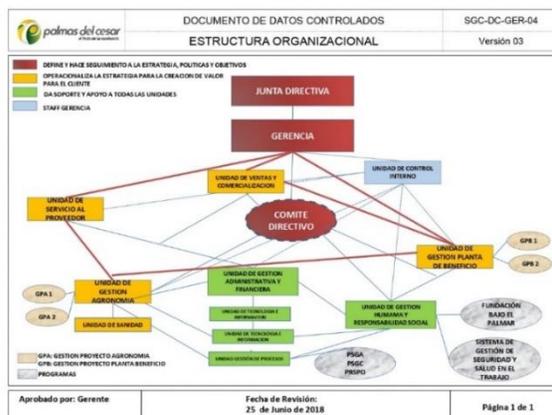
**Unidad de ventas y comercialización:** es el motor que impulsa las distintas estrategias comerciales, como también, tiene la responsabilidad de evitar recesiones económicas, garantizando la expansión a nuevos mercados.

**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.

**Figura 1**

*Organigrama de Palmas del Cesar.*



*Nota.* Este organigrama muestra la estructura organizacional de Palmas del Cesar (Palmas del Cesar S. A).

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

La Dirección de Gestión Humana tiene como objetivo promover espacios de desarrollo personal, profesional, comprender las metas de los trabajadores para así, garantizar la igualdad de derechos y oportunidades, gestionando y facilitando los recursos a estos. Dentro de esta unidad se encuentra el área de Comunicaciones conformado por la líder Viviana Torres, la Auxiliar Jenny Paola Palencia y el pasante de turno en este caso mi persona, quienes se encargan de llevar desarrollar el plan de comunicación de la empresa Palmas del Cesar S. A, tanto internos como externos y apoyar en las actividades, eventos, proyectos y todo aquello dentro de lo organizacional necesite la presencia o intervención de los encargados para la creación de estrategias, productos audiovisuales, cubrir eventos, implementar planes de acción que mantengan una comunicación eficiente.

## **Figura 2**

*Unidad de Gestión Humana y Responsabilidad Social.*



*Nota.* Este organigrama muestra la estructura del Departamento de Gestión Humana y Responsabilidad Social de Palmas del Cesar (Palmas del Cesar S. A)

## **1.2. Diagnóstico inicial de la dependencia asignada**

Para la realización del diagnóstico inicial se utilizó como herramienta de recolección de información cuestionarios en líneas con preguntas estructuradas a la líder del área de Comunicaciones, Viviana Torres; a la directora de la Dirección de Gestión Humana y Responsabilidad Social (DGH), Andrea Dagovett; y a otros líderes de áreas como la Dirección Administrativa y Financiera (DAF), Dirección Agronómica (DAG), Unidad de Servicio al Proveedor (USP), ya que son quienes brindan la mayor información y datos a los diferentes canales informativos utilizados por la empresa y que, además, llevan a cabo actividades de tipo interna y externa.

Para Díaz, Torruco, Martínez, & Varela (2013) “la entrevista es más eficaz que el cuestionario porque obtiene información más completa y profunda, además presenta la posibilidad de aclarar dudas durante el proceso, asegurando respuestas más útiles”.

Dichas entrevistas contaban con unas preguntas base, tales como: ¿Cómo percibe los procesos y canales comunicativos que se están utilizando actualmente? ¿Qué red social utiliza más para informarse? ¿Estaría dispuesto a aportar información para la creación de contenidos en estas plataformas? ¿Participaría de ellas si se llegaran a implementar?

Esto permitió también conocer de manera general cómo la competencia ha venido incursionando en las nuevas formas de comunicación, inclusive, organizaciones y federaciones relacionadas con los procesos de la agroindustria de la palma de aceite

africana en el país. Los resultados de este cuestionario puede revisarlos en el siguiente link:

<https://forms.gle/qYXWn5gdVNFdGvESA>.

Aquí podremos evidenciar las preguntas, respuestas y envío de la encuesta creadas en Google forms que se implementaron a los líderes y directores de las áreas con el fin de realizar la matriz DOFA y así identificar a profundidad las necesidades que enmarcarán el camino del proyecto.

### Figura 3, 4 y 5

*Evidencia de envío de encuesta a trabajadores. Autor Google Forms.*



A continuación, se mostrará a través de una matriz DOFA cómo se encuentra actualmente el área de Comunicaciones y cómo está frente a la utilización de las nuevas formas de comunicación.

**Tabla 1**

*Matriz DOFA cruzada de la dependencia asignada.*

<b>OPORTUNIDADES</b>		<b>AMENAZAS</b>
1. Incursionar en los procesos comunicativos a través de las redes sociales.		1. Nacimientos de empresas palmicultoras en la región y que ganen confianza por medio de las nuevas comunicaciones.
2. Mejorar el posicionamiento a nivel regional y nacional.		2. Paralización de procesos debido a situaciones sanitarias externas.
3. Generar más credibilidad y confianza en las zonas de influencia por medio de la divulgación de actividades y logros.		3. Descontento en las comunidades de las zonas de influencia.
4. Llegar a clientes potenciales por medio de la utilización de las nuevas plataformas.		4. No diferenciarse de la competencia en términos de comunicación.
5. Extender relaciones a nuevas organizaciones de interés.		5. Riesgo de parecer una empresa atrasada en el tiempo por el poco uso de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.
<b>FORTALEZAS</b>	<b>F-O</b>	<b>F-A</b>

---

1. Cuenta con un área de Comunicaciones.	- Crear un plan comunicativo para las redes sociales que más utilicen los trabajadores y las comunidades donde tiene influencia la compañía.	- Fortalecimiento de la estrategia de comunicación externa, generar confianza con las comunidades.
2. Cuenta con software necesario para la creación y producción de contenidos multimedia que se difundirían por otras plataformas como redes sociales.	- Crear contenido multimedia de las actividades de intervenciones sociales y de los procesos que lleva PalCesar.	-Difundir información de bioseguridad en la empresa en caso de una emergencia sanitaria.
3. Herramientas de las tecnologías de información necesarias para la producción de comunicación de la compañía como celular, computadores avanzados, cámara, micrófono, trípode, etc.	-Crear una sección con producto multimedia sobre historias de vida de un trabajador y de una persona de las comunidades cada 15 días.	-Mostrar en las plataformas utilizadas por Palmas del Cesar su responsabilidad social empresarial, los aportes al desarrollo local y regional.
4. Acceso a la información de las diferentes actividades que se realizan de manera interna y externa.	- Crear contenido multimedia que sean enfocadas a conseguir clientes y mostrar los productos que genera la empresa según la información suministrada de las diferentes áreas.	-Segmentar por temática y secciones las distintas actividades y procesos en la compañía dependiendo las plataformas digitales utilizadas.
	-Buscar relacionar a organizaciones con la empresa para apoyar distintos procesos.	-Aprovechamiento de los aportes desde Fedepalma, para automatizar los contenidos para las nuevas plataformas digitales.

---

5. Contenido de valor desde la Federación Nacional de Palmicultores.

DEBILIDADES	D-O	D-A
1. Mantener los medios de comunicación tradicionales.	-Realizar estudios sobre la necesidad de utilizar las redes sociales en la compañía.	-Identificar la red social con la que más interactúe los trabajadores y las comunidades de influencia de la compañía y que vaya alineada con los objetivos de Palmas del Cesar.
2. Mínima interacción comunicativa con la sede Bucaramanga.	-Dar mayor participación a los trabajadores en la sede en Bucaramanga sobre los procesos de venta.	-Espacio de difusión de información directa con la sede Bucaramanga en caso de emergencia de cualquiera índole.
3. Poco Talento humano para el área de Comunicaciones.	-Divulgar con hipervínculos en las distintas plataformas digitales las actividades y proyectos que aporten al desarrollo local para generar más confianza y credibilidad.	-División de cargos por plataformas digitales utilizadas para generar un Tv Empálmate Informativo e informar a las comunidades.
4. Mínima comunicación con las comunidades de las zonas de influencia.	-Desarrollar campaña publicitaria en redes donde participe las comunidades y trabajadores sobre la confiabilidad de los productos.	-Crear un boletín informativo trimestral para las comunidades donde se informe sobre las actividades que ha llevado a cabo la compañía de su interés.
5. Comunicación comercial tradicional.	Crear canales de atención en las redes sociales donde se busque relacionar con organizaciones, clientes, proveedores, ong, fundaciones, etc.	-Desarrollar acciones o concursos con el público objetivo que permitan dinamizar las redes y demás plataformas que se utilizan.

### ***1.2.1. Planteamiento del problema***

La comunicación es la herramienta fundamental que utiliza el ser humano para transmitir emociones, pensamientos, sentimientos y necesidades, pero esto ha cambiado con el transcurrir del tiempo, ya que el hombre ha tenido la necesidad de mejorar sus procesos comunicativos. En gran medida, estos avances han sido posible gracias a la evolución de la tecnología de la información.

Lo más evidente de todo este proceso ha sido su adaptación a las nuevas plataformas digitales, sus espacios y herramientas, permitiendo innovar en la manera de informar y de vender. Un estudio de la Universidad Ean afirma que:

las redes sociales les dieron a las empresas la posibilidad de participar en los contenidos informativos y dar respuesta a esto. El usuario, oyente o televidente ya no solo es un personaje pasivo que recibe información para su conocimiento e interés, sino que además tiene la posibilidad de interactuar con la información. (Flórez, 2020)

Sin embargo, la empresa Palmas del Cesar S.A. no hace uso completo de estas nuevas plataformas y sus herramientas, sino que, por el contrario, sigue anclada aún a medios de comunicación tradicionales como el boletín informativo publicado en carteleras, comunicación por correo electrónico, comunicación con los proveedores o clientes de manera presencial o por medio telefónico.

Todo lo anterior ocasiona que la organización sea vista por los diferentes públicos como una empresa anticuada, que tiene poca interacción con las comunidades y que no se expande a clientes potenciales, disminuyendo la posibilidad de exportar sus productos y de ganar más confianza con los habitantes del territorio donde tiene influencia.

El no usar estas herramientas digitales no solo afecta el reconocimiento nacional, sino que ocasiona la pérdida de posicionamiento regional con la posible llegada de otra industria que sí incursione en el mundo digital, puesto que Palmas del Cesar S.A. aún no visibiliza las acciones de intervención que realiza en sus zonas de influencia.

Otro problema al no usar medios de comunicación externa, es el poco conocimiento que tiene sobre cómo se mueve la competencia en este ámbito de la comunicación, no reconoce el nivel de su posicionamiento y reconocimiento a nivel regional y nacional.

### **1.3. Objetivo de la pasantía**

#### ***1.3.1. General.***

Crear una propuesta de un plan de comunicación estratégica externo en el que se plantee el uso de las nuevas tecnologías de la información en la empresa Palmas del Cesar S. A.

#### ***1.3.2. Específicos***

- Diagnosticar el estado actual de las plataformas de comunicación que se están utilizando en Palmas del Cesar S. A, tales como: Empálmate, YouTube, página web y WhatsApp.
- Establecer los lineamientos técnicos y comunicativos que permitan el desarrollo del plan y, asimismo, los públicos para la gestión de los canales definidos anteriormente.
- Determinar los canales de comunicación más óptimos para la implementación de dicha estrategia planteada en el plan.

#### 1.4. Descripción de las actividades a desarrollar en la misma

**Tabla 2**

*Tabla de descripción de las actividades a desarrollar.*

Objetivo General	Objetivos específicos	Actividades
<p>Crear un plan de comunicación estratégica externo en la que se plantee el uso de las nuevas tecnologías de la información en la empresa Palmas del Cesar S. A.</p>	<p>1. Diagnosticar el estado actual de las plataformas de comunicación que se están utilizando en Palmas del Cesar S. A, tales como: el Empálmate, YouTube, página web y WhatsApp.</p> <p>2. Establecer los lineamientos técnicos y comunicativos que permitan el desarrollo del plan y,</p>	<p>- Diseñar las encuestas a realizarse tanto para trabajadores como a las comunidades.</p> <p>-Realizar dos encuestas: una para trabajadores de la empresa y conocer qué percepción tienen sobre el uso de los actuales canales de comunicación; y otra de una muestra de la comunidad para conocer el tipo de interacción que tienen por medio de los canales actuales de comunicación.</p> <p>-Verificar estado actual de los medios de comunicación con estadística y rendimiento. Las plataformas que no se puedan, verificar su orden y estructura en la que se envía.</p> <p>-Realizar análisis de los resultados arrojados en las encuestas y revisión de los medios que se usan en la empresa, para así conocer el estado actual de las mismas.</p> <p>-Recolección de información entre la líder de comunicaciones, auxiliar y la directora del área de Gestión Humana y Responsabilidad</p>

asimismo, públicos para la gestión de los canales definidos anteriormente.

Social sobre cuáles son los boletines y las secciones idóneas para los nuevos canales informativo.

-Determinar cuáles son los temas que se abordarán en el plan de comunicación.

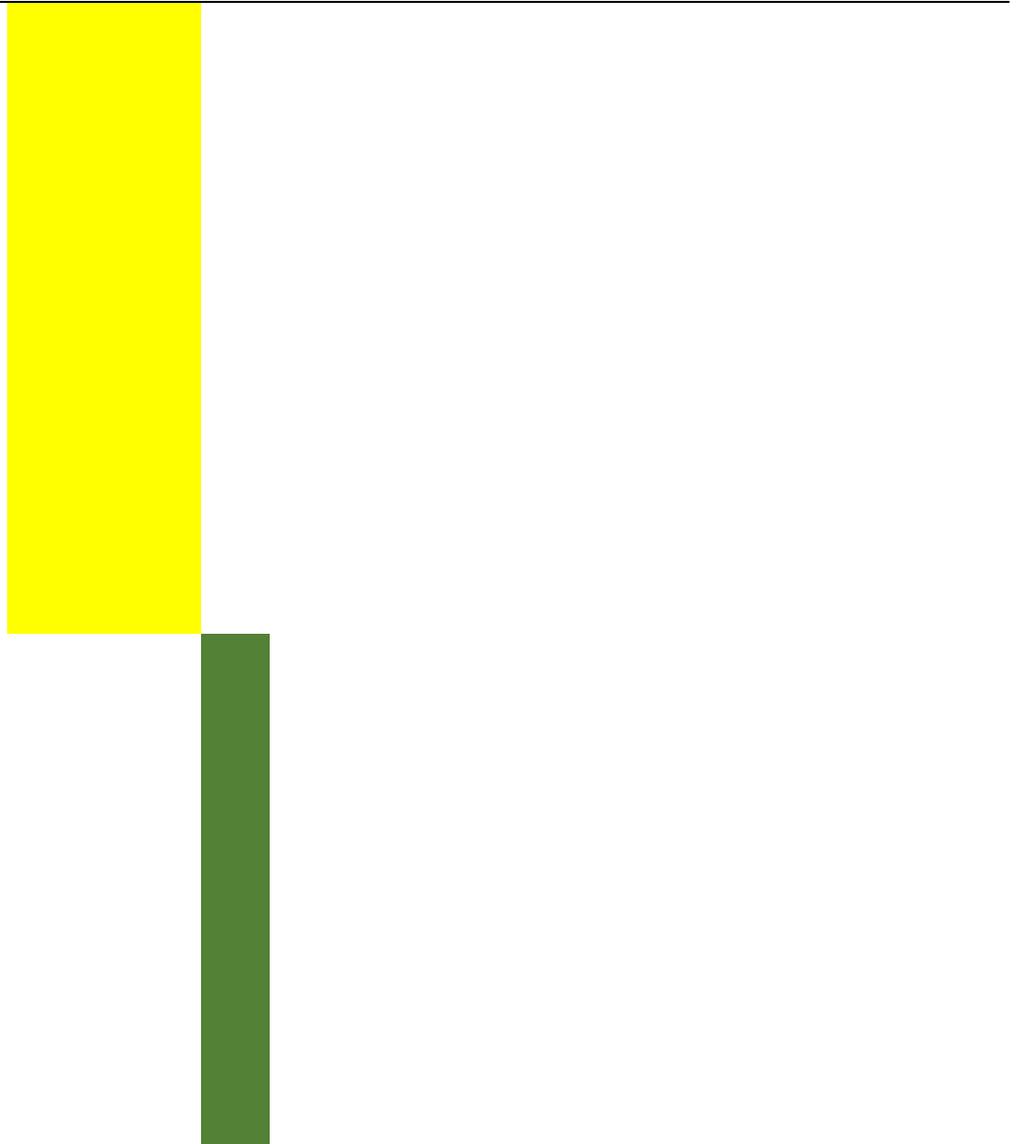
-Establecer y justificar el diseño y diagramación del plan.

-Identificar el material gráfico que deberá incluir el plan de acuerdo a los temas abordados. los ítems, temas, formatos audiovisuales, diseño, tomas fotográficas y centrarlo con los objetivos de la compañía.

3. Determinar los canales de comunicación más óptimos para la implementación de dicha estrategia planteada en el plan.
- Implementar un sondeo interno y externo donde se identifiquen las plataformas preferidas por las comunidades y trabajadores de Palmas del Cesar. Asimismo, a qué plataformas digitales o redes sociales tienen mayor acceso, cuáles utilizan más, cuáles le parecen mejor para informarse, etc.
  - Organizar la información arrojada por los sondeos y hacer un análisis sobre ello.
  - Hacer un listado donde se especifiquen cuáles son los canales óptimos que se deberían utilizar, por qué, cuáles son sus ventajas y qué aspectos se deben tener en cuenta.
  - Incluir en el plan la creación de una estrategia de redes sociales donde se estructure la información que se va a publicar, cómo se va a publicar, parrilla de programaciones, los objetivos con que se van a publicar, etc.
-

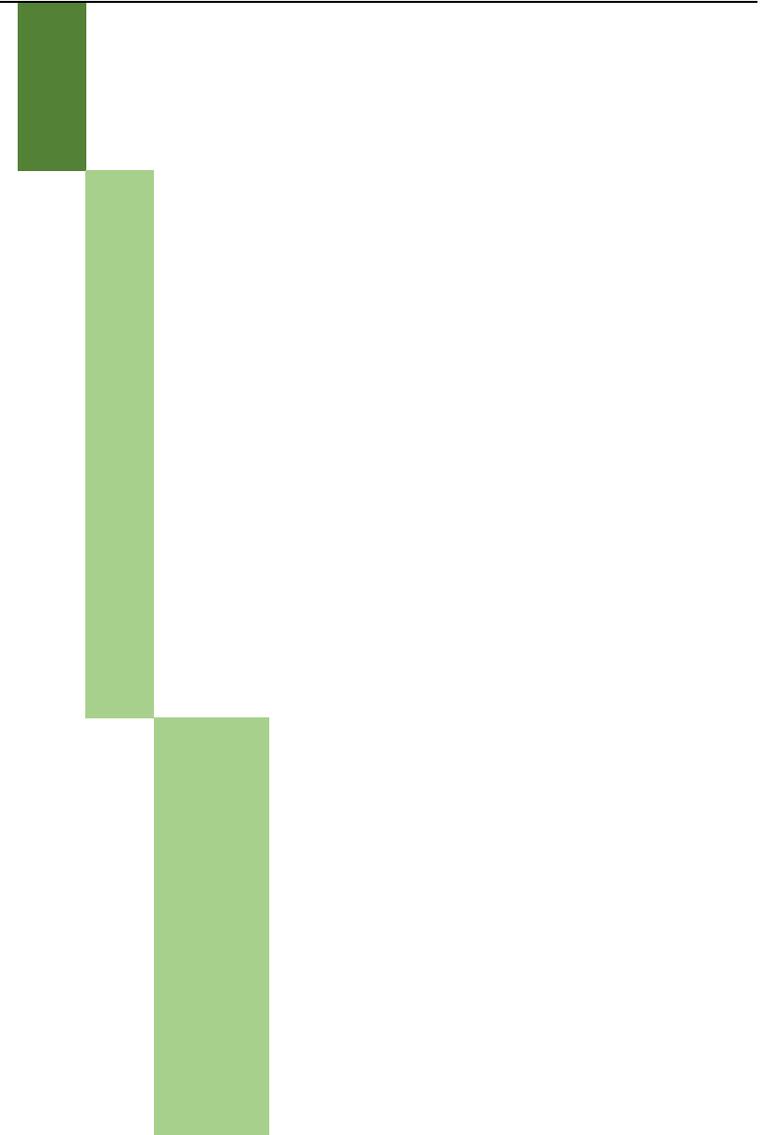


---

<p>Establecer los lineamientos técnicos y comunicativos que permitan el desarrollo del plan y, asimismo, públicos para la gestión de los canales definidos anteriormente.</p>	<p>Verificar estado actual de los medios de comunicación con estadística y rendimiento. Las plataformas que no se puedan, verificar su orden y estructura en la que se envía. Realizar análisis de los resultados arrojados en las encuestas y revisión de los medios que se usan en la empresa, para así conocer el estado actual de las mismas.</p> <p>Recolección de información entre la líder de comunicaciones, auxiliar y la directora del área de Gestión Humana y Responsabilidad Social sobre cuáles son los boletines y las secciones idóneas para los nuevos canales informativo.</p>	 A vertical bar composed of two segments: a yellow segment on top and a green segment on the bottom, positioned to the right of the text.
---	---	---

---

---

<p>Determinar los canales de comunicación más óptimos para la implementación de dicha estrategia planteada en el plan.</p>	<p>Determinar cuáles son los temas que se abordarán en el plan de comunicación.</p> <p>Establecer y justificar el diseño y diagramación del plan.</p> <p>Identificar el material gráfico que deberá incluir el plan de acuerdo a los temas abordados. los ítems, temas, formatos audiovisuales, diseño, tomas fotográficas y centrarlo con los objetivos de la compañía.</p> <p>Implementar un sondeo interno y externo donde se identifiquen las plataformas preferidas por las comunidades y trabajadores de Palmas del Cesar. Asimismo, a qué plataformas digitales o redes sociales tienen mayor acceso, cuáles</p>	
--	---	--

---

---

utilizan más, cuáles le parecen mejor para informarse, etc.

-Organizar la información arrojada por los sondeos y hacer un análisis sobre ello.

-Hacer un listado donde se especifiquen cuáles son los canales óptimos que se deberían utilizar, por qué, cuáles son sus ventajas y qué aspectos se deben tener en cuenta.

-Incluir en el plan la creación de una estrategia de redes sociales donde se estructure la información que se va a publicar, cómo se va a publicar, parrilla de programaciones, los objetivos con que se van a publicar, etc.

---



## Capítulo 2: Marco referencial

### 2.1. *Marco conceptual*

En la actualidad, la comunicación ha tomado un rol muy importante no solo en las relaciones a nivel personal sino también laboral, pues es necesario contar con buenas herramientas que permitan transmitir el mensaje correctamente y que este pueda ser codificado por el público objetivo.

Es por ello que, en el ambiente empresarial la comunicación es uno de los pilares que permite el cumplimiento de los objetivos corporativos, ya sea para el aumento de clientes, ventas o confianza social, entre otras.

La comunicación corporativa es el conjunto de procesos que lleva a cabo una organización con el fin de transmitir su información tanto a nivel interno como externo para sus clientes, usuarios y audiencia en general, a través de estrategias de marketing, publicidad, ventas y atención a clientes. (HubSpot, 2020)

En el caso de instituciones agroindustriales como Palmas del Cesar, el manejo y transmisión de la información buscan principalmente tener cercanía y aceptación por parte de las comunidades cercanas con quienes tienen interacción.

Razón por la que después de experimentar diferentes momentos de crisis con el gremio de trabajadores y comunidades a lo largo de su historia, han identificado diversos aprendizajes, entre los que se destacan el diálogo social como estrategia de acercamiento con la población.

Según la Organización Internacional del Trabajo – OIT (s.f.), “el diálogo social comprende todo tipo de negociaciones y consultas, e incluso el mero intercambio de información sobre temas de interés común relativos a las políticas económicas y sociales”.

Poder transmitir ideas y, al mismo tiempo, escuchar las necesidades de los habitantes, no solo mejorará el desempeño de la empresa en el territorio, sino que también generará confianza social, lo que hará que las metas empresariales se puedan lograr en los diferentes ámbitos.

Para el abogado Agustín Granchelli, la confianza supone la permanencia en el tiempo y la tenencia de actitudes que, desde el punto de vista de la otra parte, sean reconocidas como correctas. Así entonces, la responsabilidad social y la imagen corporativa son un método de construcción de confianza. (2017).

Para lograr esto, no solo se debe pensar en el mensaje que se transmitirá sobre el desarrollo de las acciones tanto empresariales como sociales, sino también en cuál es el canal correcto para que la información llegue al público objetivo. Es aquí donde la comunicación corporativa debe ser eficiente y eficaz.

De acuerdo al contexto, las empresas deben plantear estrategias que permitan una correcta comunicación entre las partes, que el mensaje pueda ser compartido con otros actores que se relacionen y que pueda haber una retroalimentación, acciones que actualmente se pueden llevar a cabo por medio de plataformas digitales como las redes sociales.

El ser humano es una especie definida por la importancia de lo social y su impacto no solo en social sino en su propio sistema cognitivo y nombra al ser humano como homo

dictyous u 'hombre en red', ligado a las tecnologías y a las nuevas formas de comunicación desempeñadas por las redes sociales. (Hernández, de Haro, & Grandío, 2012).

En Colombia, una de las redes sociales más usadas es Facebook, ya que las comunidades tienen mayor acceso a esta plataforma por su antigüedad, bajo consumo de internet y fácil navegabilidad.

Así lo corrobora un reporte en el 2017 realizado por el Ministerio de Tecnologías de la Información y Comunicaciones (MinTIC), quien asegura que tiene un uso del 89.4%. Esto se debe a que, como lo mencionó Mark Zuckerberg, creador y fundador de esta plataforma, "Facebook es como una sala de redacción, los usuarios son periodistas que cuentan historias, el algoritmo del news feed actúa de editor al decidir que historias son las que se priorizan".

Por su parte, Boyd y Ellison (2007), aseguran que:

Una red social se define como un servicio que permite a los individuos construir un perfil público o semipúblico dentro de un sistema delimitado, articular una lista de otros usuarios con los que comparten una conexión, y ver y recorrer su lista de las conexiones y de las realizadas por otros, dentro del sistema para seguir socializando con quienes deseen. (Flores, Morán, & Rodríguez, 2009).

En esencia, no es más que herramientas digitales usadas desde dispositivos inteligentes para satisfacer aquello inherente del ser humano como lo es la comunicación. Razón por la que se deben tener en cuenta al momento de buscar acercamientos con las comunidades y aceptación de las diferentes acciones que se desarrollan en el territorio.

## ***2.2. Marco legal***

En Colombia, el periodismo es un oficio que demanda libertad de prensa, expresión e información, por eso es un derecho fundamental que está regulado y protegido bajo la carta magna del país, se trata de la Constitución Política de Colombia de 1991, ya que es el Estado quien tiene la obligación de proteger esta labor y velar por los derechos de quienes lo ejercen ya sea de manera individual o colectivo a través de medios masivos. Allí se expresa que:

Artículo 20. Se garantiza a toda persona la libertad de expresar y difundir su pensamiento y opiniones, la de informar y recibir información veraz e imparcial, y la de fundar medios masivos de comunicación. Estos son libres y tienen responsabilidad social. Se garantiza el derecho a la rectificación en condiciones de equidad. No habrá censura. (Constitución Política de Colombia, 1991).

Art 73: La actividad periodística gozará de protección para garantizar su libertad e independencia profesional.

Asimismo, los trabajadores tienen derechos dentro de las empresas en las que son empleados, uno de esos derechos es constituir sindicatos o asociaciones, sin intervención del Estado.

Artículo 39. Los trabajadores y empleadores tienen derecho a constituir sindicatos o asociaciones, sin intervención del Estado. Su reconocimiento jurídico se producirá con la simple inscripción del acta de constitución. La estructura interna y el funcionamiento de los sindicatos y organizaciones sociales y gremiales se sujetarán al orden legal y a los principios democráticos. La cancelación o la suspensión de la personería jurídica sólo

procede por vía judicial. Se reconoce a los representantes sindicales el fuero y las demás garantías necesarias para el cumplimiento de su gestión. No gozan del derecho de asociación sindical los miembros de la Fuerza Pública.

En relación a la actividad de la agricultura de la palma de aceite, también se mantienen dentro de la constitución cuotas de fomento de esta actividad que se ha venido incrementando en los últimos años en el sur del Cesar, así lo especifica la carta magna:

Ley 138 de 1994. "Por el cual se establece la cuota para el fomento de la Agroindustria de la Palma de Aceite y se crea el Fondo del Fomento Palmero". (senado, 1994)

Artículo 1o. De la agroindustria de la palma de aceite. Para los efectos de esta ley se reconoce por Agroindustria de la Palma de Aceite la actividad agrícola que tiene por objeto el cultivo, la recolección y el beneficio de su fruto hasta obtener: palmiste, aceite de palma y sus fracciones. (senado, 1994)

Parágrafo. Dentro de este concepto entiéndase por:

a) Palma de aceite. La planta palmácea perteneciente al género *elaeis* del que se conocen principalmente dos (2) especies: *E. Guineensis* y *E. Oleifera*.

b) Beneficio. El proceso al que se somete el fruto de la palma para obtener palmiste y aceite crudo de palma.

c) Aceite de palma. El producto que se obtiene de la maceración o extracción del mesocarpio, pulpa o parte blanda del fruto de la palma de aceite, que

puede ser crudo, semirrefinado o refinado; sus fracciones son: oleína y estearina de palma.

d) Palmiste. Es la semilla o almendra dura y blanca del fruto de la palma de aceite. Sus fracciones son el aceite y la torta de palmiste.

Artículo 3o. Del Fondo de Fomento Palmero. Créase el Fondo de Fomento Palmero para el manejo de los recursos provenientes del recaudo de la Cuota para 24 el Fomento de la Agroindustria de la Palma de Aceite y el cual se ceñirá a los lineamientos de política del Ministerio de Agricultura para el desarrollo del sector agrícola. El producto de la cuota de fomento se llevará a una cuenta especial bajo el nombre de Fondo de Fomento Palmero con destino exclusivo al cumplimiento de los objetivos previstos en la presente ley. (senado, 1994)

Por último, debido a la evaluación de las plataformas digitales y la tecnología se ha mirado la nueva comunicación con más seriedad dentro de las grandes compañías para llegar a su público objetivo.

Es por ello que, en 2018, el Congreso de la República de Colombia fomenta, por medio de la ley 1887, la producción de blog y demás contenidos creativos digitales a través de diversas plataformas tecnológicas.

En su artículo 2, dicha ley establece que un contenido creativo digital, contempla diferentes sectores como música, audiovisuales editoriales, gráfico, videojuegos, contenidos transmedia, realidad virtual, y/o aumentada, Blog y Vlogs. Además, el proyecto tiene como objetivos fundamentales:

a) Estimular y proteger el derecho a la libre expresión, en los términos establecidos en la Constitución Política y en la Ley.

b) Promover la formalización y generación del trabajo que puedan realizar los Blogueros y otros creadores de contenidos creativos digitales, a través de las diferentes aplicaciones y plataformas existentes; exaltando que es un oficio que debe ser valorado como cualquier otra profesión.

c) Otorgar incentivos a los Blogueros y otros creadores de contenidos creativos digitales que con su labor promueven la innovación, el emprendimiento, la educación, el entretenimiento, el control político y el fortalecimiento de la democracia. (senado, 1994)

## **Capítulo 3. Desarrollo de la investigación**

### **3.1. Presentación de resultados**

A continuación, se presentarán los resultados de cada una de las actividades que se realizaron para dar cumplimiento a los diferentes objetivos que se enmarcan en este proyecto.

#### **3.1.1. Objetivo 1.**

**Diagnosticar el estado actual de las plataformas de comunicación que se están utilizando en Palmas del Cesar S. A, tales como: el Empálmate, YouTube, página web y WhatsApp.**

Para el cumplimiento de este objetivo se desarrollaron tres actividades importantes que se mencionaran a continuación:

**Actividad 1.** Diseñar las encuestas a realizarse tanto para trabajadores como a las comunidades.

Para el desarrollo de la presente actividad se diseñaron dos encuestas, una para trabajadores de la empresa y otra a una muestra de la comunidad, el objetivo es conocer la percepción que tienen estos dos públicos sobre los canales de comunicación que actualmente se implementan y otros en los que la empresa Palmas del Cesar podría incursionar, tales como las redes sociales.

Para ello, se establecieron 6 preguntas estructuradas para trabajadores y 5 para comunidades, organizadas de la siguiente manera:

### Cuestionario a trabajadores de Palmas del Cesar S.A

1. ¿Consideras que la información que compartimos en Palmas del Cesar a través de los diferentes canales de comunicación ha sido...?
2. ¿Cuál de estos canales de comunicación utilizas con mayor frecuencia para informarte sobre Palmas del Cesar?
3. ¿Te gusta el diseño y la estructura actual del boletín informativo Empálmate?
4. ¿Con qué dispositivo cuentas para conocer información sobre Palmas del Cesar?
5. ¿Cuál de estas plataformas digitales utilizas con mayor frecuencia?
6. ¿Para qué utilizas las plataformas digitales antes seleccionadas?

### Cuestionario a la comunidad

1. ¿Consideras que la información que compartimos en Palmas del Cesar a través de los diferentes canales de comunicación ha sido...?
2. ¿Cuál de estos canales de comunicación utilizas con mayor frecuencia para informarte sobre Palmas del Cesar?
3. ¿Con qué dispositivo cuentas para conocer información sobre Palmas del Cesar?
4. ¿Cuál de estas plataformas digitales utilizas con mayor frecuencia?
5. ¿Para qué utilizas las plataformas digitales antes seleccionadas?

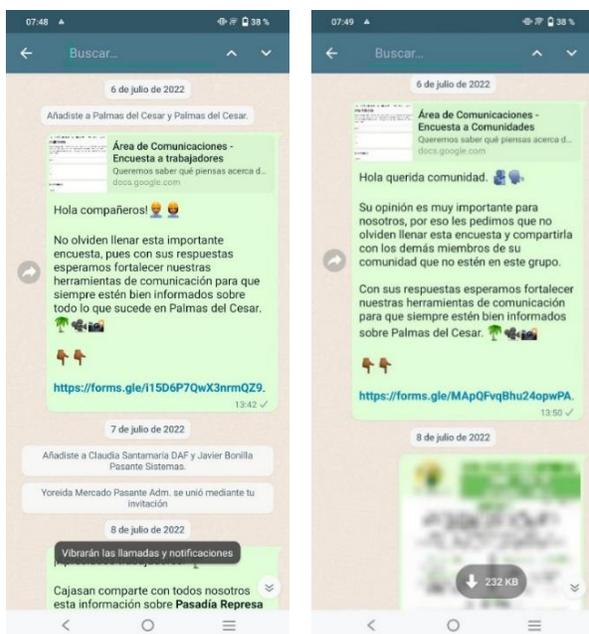
**Actividad 2.** Realizar dos encuestas: una para trabajadores de la empresa y conocer qué percepción tienen sobre el uso de los actuales canales de comunicación; y otra de una muestra de la comunidad para conocer el tipo de interacción que tienen por medio de los canales actuales de comunicación.

Se realizaron dos tipos de encuestas al público objetivo de la empresa Palmas del Cesar, en primer lugar, sus trabajadores directos, para aplicar la encuesta se utilizó la herramienta de Google Form, esta se puede consultar en el siguiente enlace <https://forms.gle/W2gNbSTx4NB1Wfhz5> y en segundo lugar las comunidades de las zonas de influencia de la compañía esta se puede consultar aquí <https://forms.gle/eHCt5BVoUDDGNiWH9>.

La encuesta a trabajadores en general tuvo un número de 6 preguntas con dos posibilidades de respuesta, Sí o No en cada pregunta en la que debían responder según su criterio, en esta se obtuvo la respuesta de una muestra de la población segmentada de la siguiente manera: 100 trabajadores administrativos, 70 trabajadores de campo y 120 trabajadores de plantación.

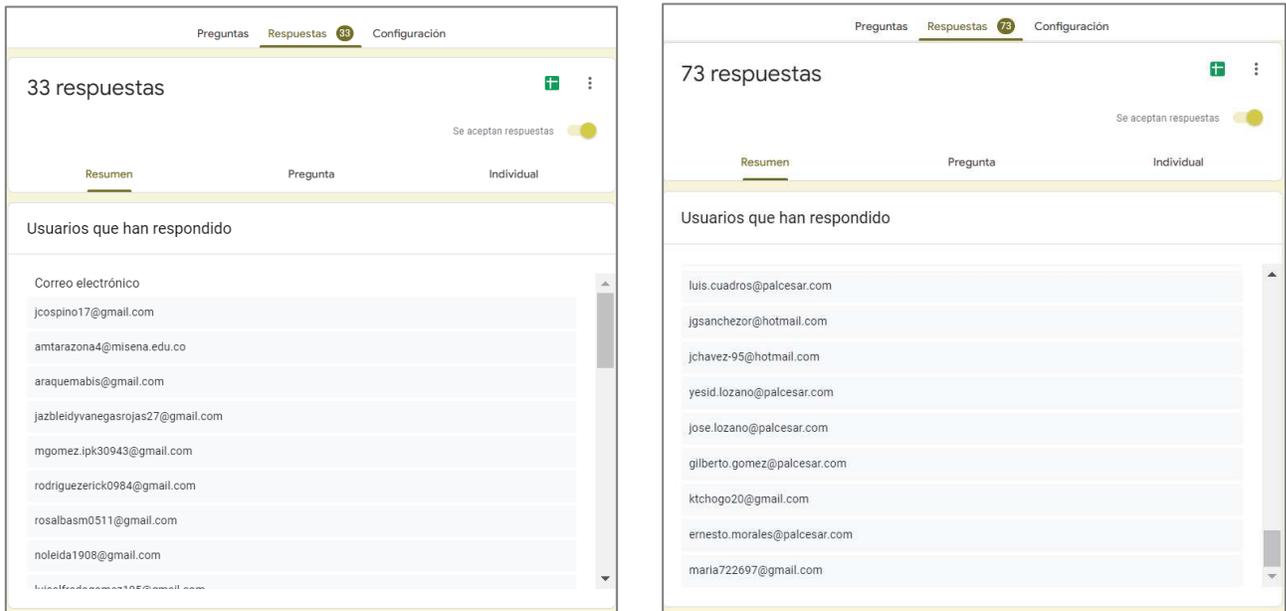
### Figura 6 y 7.

*Pantallazo desde el teléfono celular corporativo en el que se envió las dos encuestas.*



## Figura 8 y 9.

*Pantallazo de las respuestas de los dos formularios en línea realizada a los grupos de interés.*



**Actividad 3.** Verificar estado actual de los medios de comunicación con estadística y rendimiento. Las plataformas que no se puedan, verificar su orden y estructura en la que se envía.

Para el desarrollo de esta actividad se verificó y se analizó los canales de comunicación que maneja actualmente la empresa Palmas del Cesar S. A, estas son: página web, canal de YouTube, grupos de WhatsApp, cartelera de boletín informativo Empálmate y buzón de sugerencia.

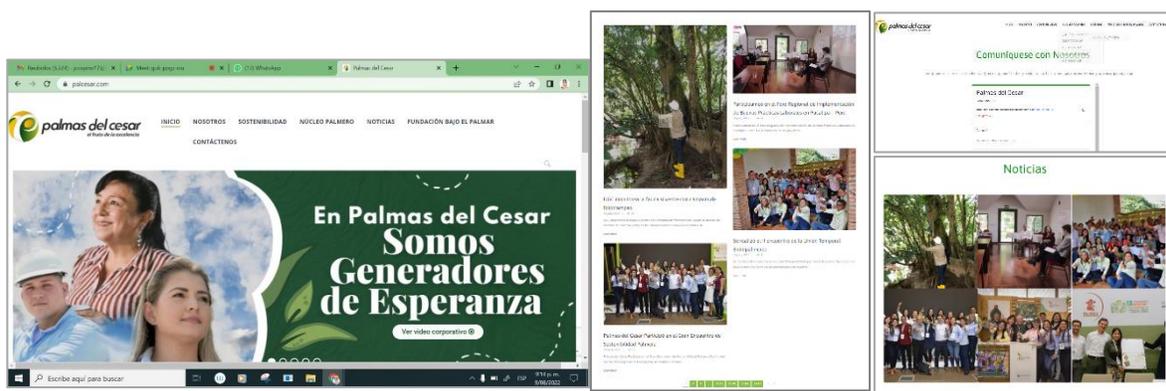
**Página web:** para la revisión de este canal de comunicación de la empresa, se intentó acceder a las estadísticas que la plataforma digital brinda, sin embargo, no fue

posible obtener información detallada del tráfico de cibernautas, debido a la falta de profesional a cargo del tema, es por ello que se hizo un análisis a nivel general sobre los contenidos informativos y de interés que aquí se publican evidenciándose que la página web contiene dentro de la interfaz información noticiosa, información corporativa y de los distintos programas y proyectos que actualmente está desarrollando la compañía, las noticias tienen una periodicidad 15 días, las cuales se provee del mismo boletín informativo Empálmate.

Por conocimiento de la líder de comunicaciones se supo que es poco el tráfico y visitas que recibe esta plataforma debido a que no se promociona su contenido por medio de redes sociales, recalca que no muchas personas saben que existe y no tiene como acceder a ella, además, añade que esta sería una estrategia que impulsaría aún más la comunicación de la empresa con su público objetivo.

### Figura 10, 11, 12 y 13.

*Captura de la página web y sus contenidos informativos, de contacto, políticas y demás.*



**Canal de YouTube:** para la revisión de esta plataforma digital se logró obtener información estadística como cantidad de suscriptores, rendimiento, reproducciones de videos e interacción con los contenidos subidos. Gracias a este análisis se pudo evidenciar que la cantidad de suscriptores no supera ni siquiera la cantidad de trabajadores de Palmas del Cesar que se encuentra en un aproximado de más de 700.

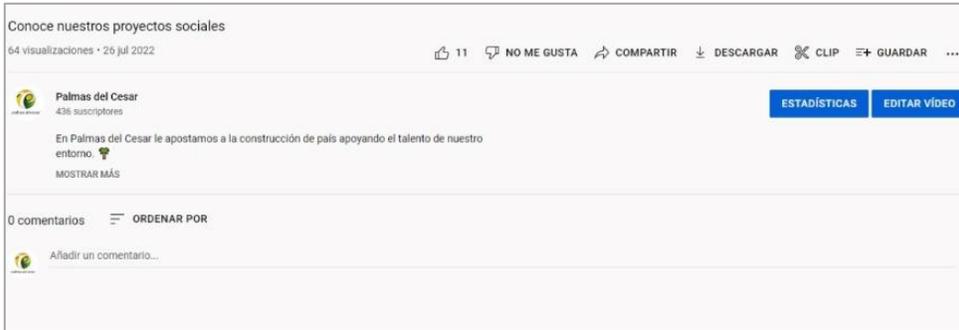
Por otra parte, se evidencia la poca interacción y participación del público con las distintas publicaciones realizadas en el canal, videos sin comentarios, con poco me gustas y no compartidos. A demás, en cuanto a reproducción en general de los videos subidos, no supera los 1. 600 reproducciones en los últimos 28 días.

En conclusión, la falta de una estrategia de promoción del canal de YouTube en otras plataformas digitales y físicas no logran una importante interacción con los contenidos que aquí se publican.

### Figura 14 y 15.

*Captura de las estadísticas, rendimiento e interacción de los contenidos subidos al canal de YouTube.*



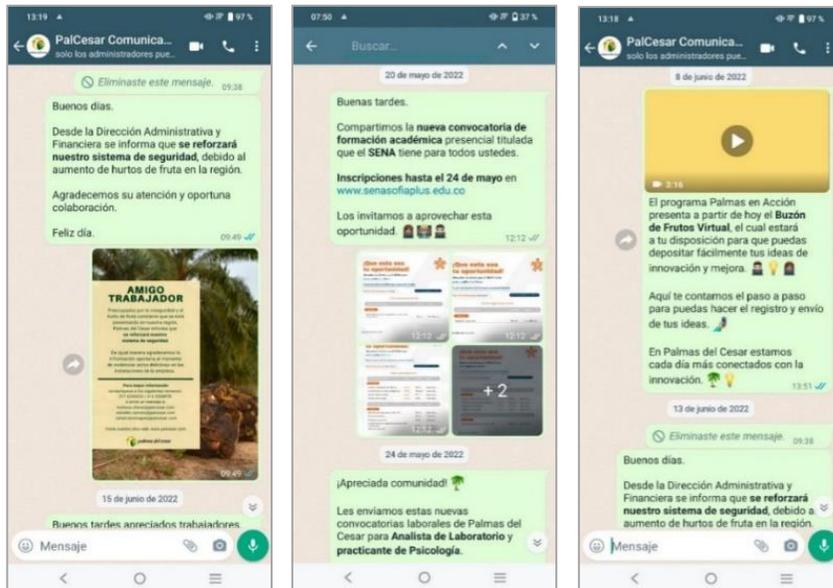


**Grupos de WhatsApp:** Para la revisión de esta red social, se verificó la manera en las que comparten las publicaciones día a día, los formatos en los que se envían y el orden en que se van compartiendo por los distintos grupos de WhatsApp internos y externos de la compañía.

Se evidenció la falta de un cronograma de actividades divididas por secciones para segmentar los tipos de información, su interés y relevancia, es decir, crear secciones informativas dentro de estos grupos para que el público logre identificar de manera rápida y asimilar el grado de interés de la información brindada por Palmas del Cesar.

**Figura 16, 17 y 18.**

*Captura en los que se evidencia el envío de información a los grupos de WhatsApp, video, flayer, fotos, etc.*



**Cartelera del boletín informativo Empálmate:** en un análisis de su estructura, plataforma en la que se desarrolla y en el formato en el que posteriormente es publicada por el área de comunicaciones en los distintos canales de comunicación que utiliza Palmas del Cesar.

Se logró comprobar que: la plataforma en la que se está creando el boletín informativo Empálmate, es muy tradicional y no se puede ejecutar de manera eficiente, no se logra innovar y hace perder tiempo innecesario cuando hay otras plataformas actuales que sus herramientas como adobe Illustrator, adobe InDesign que son más óptimas para su desarrollo, por otro lado frena el ingenio e ideas de quien lo crea debido a que no puede manipular en su totalidad en la plataforma en la que actualmente se está desarrollando.

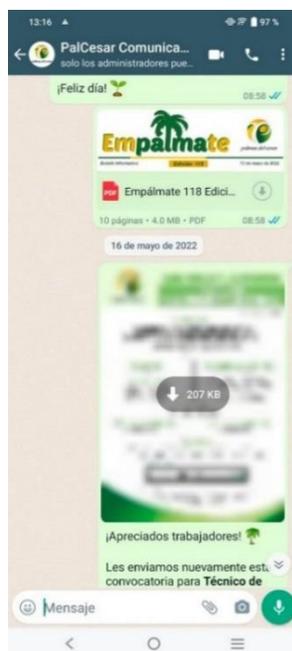
**Figura 19 y 20.**

*Fotografías que evidencian el estado dónde y cómo se publica el empálmate.*



**Figura 21 y 22.**

*Captura que evidencia la plataforma en la que se diagrama el boletín informativo y el canal digital donde se publica.*



**Buzón de sugerencia:** mediante una verificación de cada 15 días correspondiente a los que el practicante tiene que realizar el recorrido por los distintos puntos en los que se encuentra el Buzón de sugerencia en la que se pueden presentar una o varias PQRS (Petitionen, quejas, reconocimientos y sugerencias), ya sea de comunidades o internos que en su totalidad son 14 buzones.

Se logró obtener que este medio tradicional no logra tener interacción entre los interesados, pues nunca se encuentran solicitudes, ni cartas ni ninguna participación del público, esto debido a su poco conocimiento de las personas y ninguna estrategia que la promocioe para darla a conocer.

#### **Figura 23 y 24.**

*Fotografía que evidencia el canal de comunicación por PQRS.*



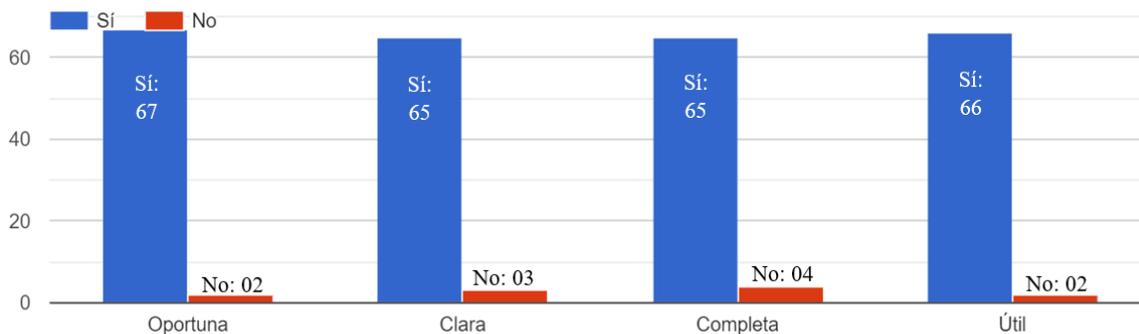
**Actividad 4.** Realizar análisis de los resultados arrojados en las encuestas y revisión de los medios que se usan en la empresa, para así conocer el estado actual de las mismas.

Para el desarrollo de esta actividad se hará el primer análisis de la encuesta realizada a 73 trabajadores directos de la empresa Palmas del Cesar S. A quienes debían suministrar su nombre, correo electrónico y el área a la cual pertenecen. Esta encuesta tiene un total de 7 preguntas 6 de ellas con respuesta múltiple que debías justificar y una abierta para conocer su opinión.

**1. ¿Consideras que la información que compartimos en Palmas del Cesar a través de los diferentes canales de comunicación ha sido...?**

**Figura 25.**

*Respuesta de la primera pregunta encuesta trabajadores. Autor Google Forms.*



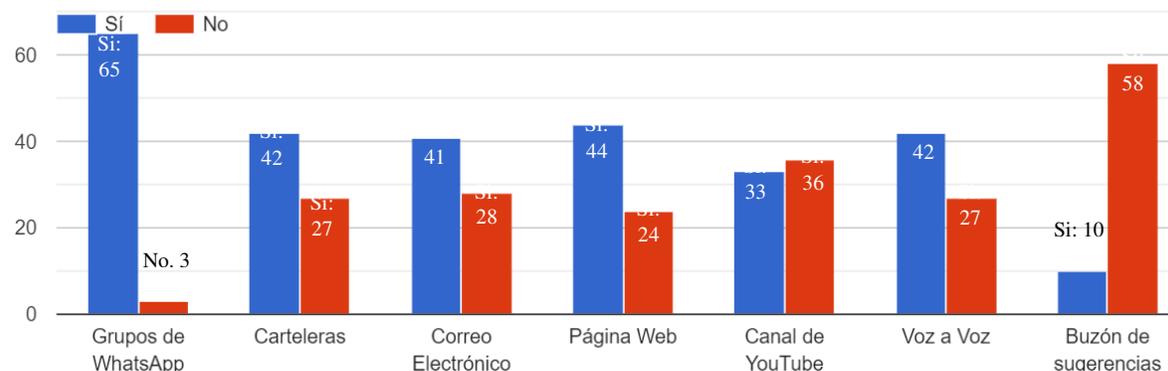
De las cuatro posibilidades de respuesta, la mayoría de votantes respondió que considera que la información que se comparte desde Palmas del Cesar es oportuna, útil y, por último, clara y completa. Así mismo, la que más obtuvo el NO por respuesta fue la opción “completa”, donde se registraron cuatro votos. Esto evidencia que los trabajadores

tienen una buena percepción de la información que se emite por medio de los canales de comunicación. Es importante resaltar que, dejamos abierta la posibilidad de explicar su opinión, ya sea favorable o no. En esta pregunta, la mayoría concluyó positivamente que la información que se brinda llega oportunamente y cumple sus expectativas.

## 2. ¿Cuál de estos canales de comunicación utilizas con mayor frecuencia para informarte sobre Palmas del Cesar?

**Figura 26.**

*Respuesta de la segunda pregunta encuesta trabajadores. Autor Google Forms.*



De las siete posibilidades de respuesta, la mayoría de votantes respondió que el canal de comunicación que más utiliza para informarse sobre Palmas del Cesar son los grupos de WhatsApp internos de la compañía, con un número de votantes de 65 a la opción SÍ. Asimismo, pudimos confirmar con 58 votos a la opción NO, que el canal que menos utilizan para informarse es el Buzón de Sugerencias implementados en los distintos puntos de la compañía. Cabe resaltar que, al igual que a la anterior pregunta, se dejó la posibilidad

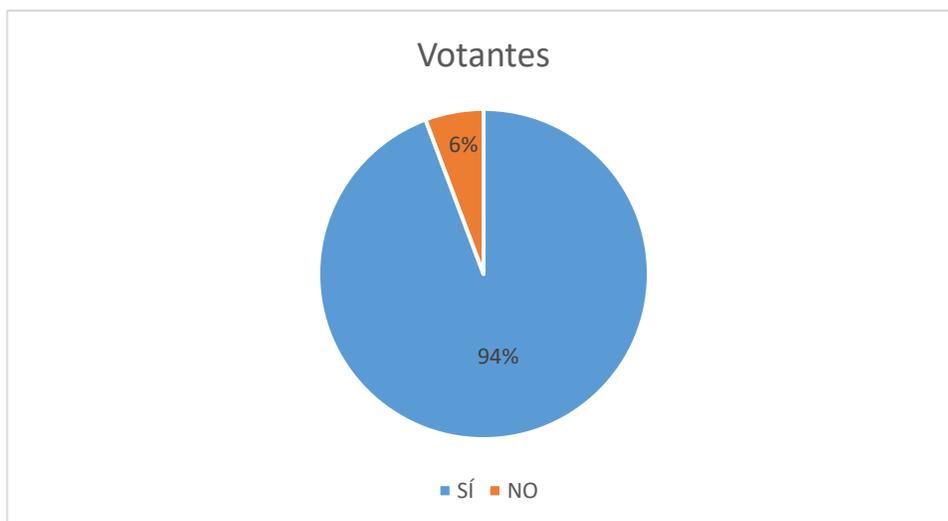
de responder el por qué a su respuesta, la mayoría respondió que, por inmediatez, facilidad y porque es la plataforma que utilizan con mayor frecuencia.

### 3. ¿Te gusta el diseño y la estructura actual del boletín informativo

#### Empálmate?

#### Figura 27.

*Respuesta de la tercera pregunta encuesta trabajadores. Autor Google Forms.*

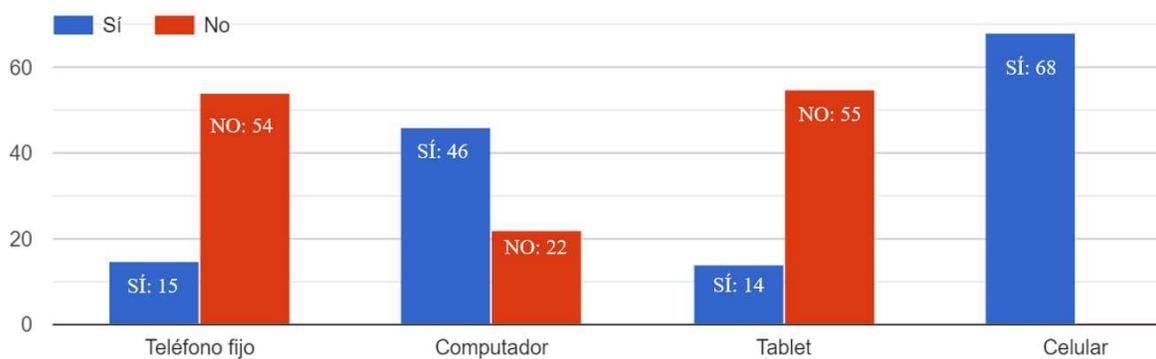


Con una cantidad de 73 votos, el público objetivo confirmó que está conforme con el diseño y estructura del boletín informativo Empálmate de la empresa Palmas del Cesar S. A. Se puede observar que el 94% de los encuestados afirmó SÍ estar a gusto con el desarrollo del Empálmate y solo el 6% afirmó no estar a gusto con este. Aquí también se dejó una casilla de pregunta abierta pero no obligatoria del por qué su respuesta y cómo se podría mejorar, los resultados fueron su gusto por la utilización de los colores corporativos y variedad de los distintos temas tocados en el sobre lo que sucede en la compañía palmera.

#### 4. ¿Con qué dispositivo cuentas para conocer información sobre Palmas del Cesar?

**Figura 28.**

*Respuesta de la cuarta pregunta encuesta trabajadores. Autor Formulario de Google Forms.*



Para lograr un análisis y creación de contenidos de calidad también fue de vital importancia identificar con qué equipos cuenta la mayor cantidad de trabajadores de Palmas del Cesar. S. A. Los resultados arrojaron que la mayoría cuentan con equipo celular para informarse a diario de la empresa. Asimismo, 55 trabajadores votaron que no cuentan con Tablet para estar enterado de los eventos y actividades que surgen en el día a día. Sin embargo, se dejó la libertad de expresar si contaban con otro dispositivo no mencionados en las selecciones, pero en respuesta no se logró obtener información extra.

**5. Como tu opinión es muy importante para nosotros, queremos que nos cuentes algunas ideas para mejorar nuestros canales de comunicación.**

**Figura 29.**

*Respuesta de la quinta pregunta encuesta trabajadores. Autor Formulario de Google Forms.*

Como tu opinión es muy importante para nosotros, queremos que nos cuentes algunas ideas para mejorar nuestros canales de comunicación.

32 respuestas

X

Que se debería implementar canal de redes sociales tal como instagram.

esta todo excelente

NO

Por el momento no tengo alguna

Sugiero producir contenido más social, más humano, enfocado a las experiencias o historias de todos los trabajadores. Así mismo, realizar videos cortos donde se resalten las buenas prácticas de sostenibilidad (laboral, ambiental, social)

Dentro del formulario se dejó la oportunidad a los trabajadores de la compañía de dar opiniones y también presentar ideas innovadoras que aporten a la formulación de un plan de comunicación estratégica externo en la que se plantee el uso de las nuevas tecnologías de la información en la empresa Palmas del Cesar S. A. En ese orden de ideas, se pudo obtener distintas ideas planteadas por los trabajadores donde sugerían producir contenido más social, humano y enfocado a las experiencias o historias de todos los trabajadores. Así mismo, realizar videos cortos donde se resalten las buenas prácticas de

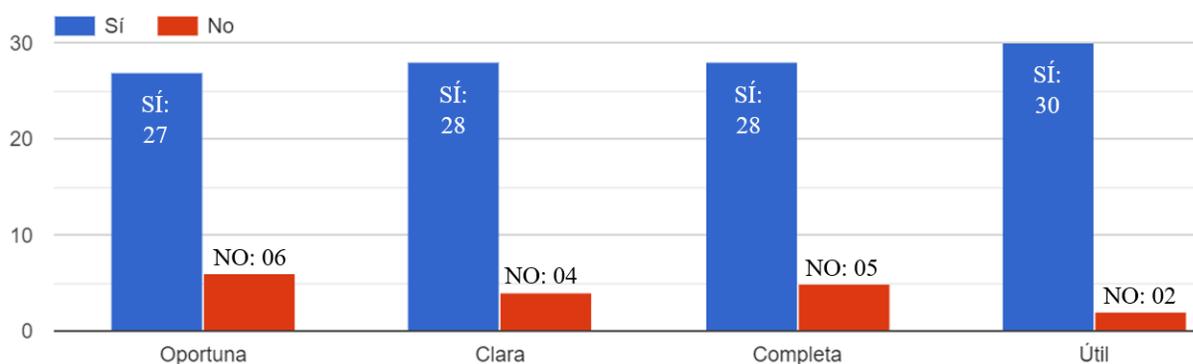
sostenibilidad (laboral, ambiental, social). Por otro lado, incluir noticias de la región y crear un boletín informativo de manera trimestral para las comunidades.

Por otra parte, se realizó encuesta a las comunidades en las que la empresa tiene influencia. De esta dinámica, participaron líderes y miembros de Juntas de Acción Comunal de los corregimientos Candelia, Aguas Blancas, La Curva, Minas, Caño Sánchez, Líbano y El Barro. Se les implementaron 5 preguntas, unas de múltiple respuesta y otras donde debían elegir entre las opciones SÍ o NO. Cabe resaltar que, esta encuesta se desarrolló a través de grupos de WhatsApp gestionados por el área de Comunicaciones de la compañía.

**1. ¿Consideras que la información que compartimos en Palmas del Cesar a través de los diferentes canales de comunicación ha sido...?**

**Figura 30.**

*Respuesta de la primera pregunta encuesta comunidades. Autor Google Forms.*



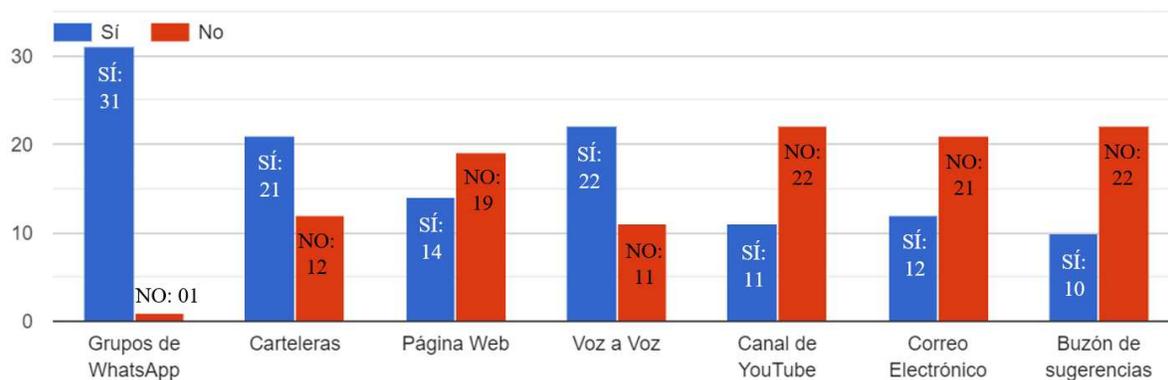
En relación a si las comunidades estaban recibiendo información oportuna, clara, completa y útil, se obtuvo un resultado favorable a nivel general. A 30 votantes les pareció

que la información que brinda Palmas del Cesar es útil y, por otro lado, la votación más alta en relación al NO, la tuvo la opción “oportuna” con un número de 6 votos. En respuesta al por qué de estas elecciones, los votantes aseguraron que la información que se viene brindando es útil y clara, no obstante, un menor número de personas expresaron que no les parecía oportuna y completa debido a la no utilización de las redes sociales.

## 2. ¿Cuál de estos canales de comunicación utilizas con mayor frecuencia para informarte sobre Palmas del Cesar?

**Figura 31.**

*Respuesta de la segunda pregunta encuesta comunidades. Autor Google Forms.*



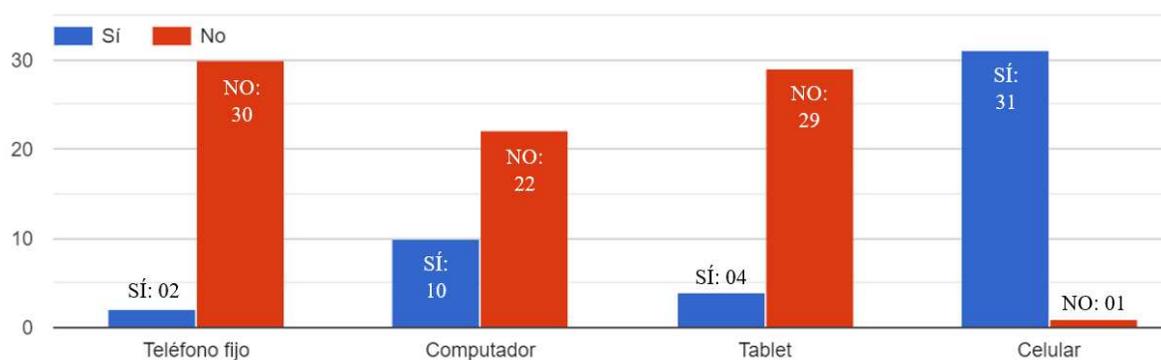
Como respuesta a esta pregunta se brindaron 7 opciones para que el público encuestado eligiera SÍ o NO referente a cuál de los canales de difusión de información, utilizados hasta el momento por Palmas del Cesar S. A., utiliza con mayor frecuencia para informarse de las distintas actividades de su interés. Como resultado se logró concluir que la mayoría de los miembros de las comunidades utilizan con mayor frecuencia la plataforma digital de WhatsApp, pues esta opción obtuvo 31 votos de 33 votantes. También

se concluyó que la plataforma de YouTube y el Buzón de Sugerencias, son los canales que menos utilizan para estar informados sobre la compañía.

### 3. ¿Con qué dispositivo cuentan para conocer información sobre Palmas del Cesar?

**Figura 32.**

*Respuesta de la tercera pregunta encuesta comunidades. Autor Google Forms.*



Como parte vital del proceso de formulación del plan de comunicaciones estratégica, se buscó identificar con qué dispositivos electrónicos cuentan las comunidades para informarse sobre Palmas del Cesar S. A. Con un resultado de 31 votos se logró obtener que el teléfono celular es el dispositivo con el que más cuentan los miembros de las comunidades para informarse en su diario vivir. Por el contrario, el teléfono fijo fue el dispositivo electrónico al que menos acceso tienen.

Al igual que a la encuesta a los trabajadores de la empresa, también se implementó una casilla en que las comunidades pudieran opinar y proponer ideas de innovación entorno a la manera en la que se viene comunicando Palmas del Cesar con las comunidades. De sus

comentarios se logró concluir la importancia de implementar un boletín trimestral y usar las nuevas plataformas digitales.

### *3.1.2. Objetivo 2.*

**Establecer los lineamientos técnicos y comunicativos que permitan el desarrollo del plan y, asimismo, públicos para la gestión de los canales definidos anteriormente.**

A continuación, se presentarán los resultados y evidencias de cada uno de los resultados que conllevó la realización de cada una de las actividades del tercer objetivo.

**Actividad 1.** Recolección de información entre la líder de comunicaciones, auxiliar y la directora del área de Gestión Humana y Responsabilidad (DGH) Social sobre cuáles son los boletines y las secciones idóneas para los nuevos canales informativo.

A continuación, se presentarán las evidencias de las entrevistas semiestructuradas realizadas a la líder y auxiliar del área de comunicaciones y la directora de gestión Humana, con el fin de determinar o establecer los temas, boletines y secciones que se les dará ejecución en los nuevos canales de comunicación las preguntas fueron las siguientes:

**1. ¿Cuáles son las deficiencias que usted cree que tiene el área de comunicaciones? ¿Qué elemento, insumo, protocolos y documentos le hace falta al área para hacer una mejor gestión de la información?**

Como resultado entre las líderes del área de Comunicación de la empresa y la directora del departamento a la que pertenece el área de Comunicaciones, concluyeron que una de los retos que mantiene la empresa en la actualidad es la utilización de nuevas plataformas digitales como canal como medio de comunicación para visibilizar y

posicionarse en la región como una empresa responsable y sostenible, también resaltaron casi al unísono que debería tener en cuenta las encuestas realizadas por estudiante que propone estas nuevas formas de comunicación, las plataformas que se deberían utilizar según su público de interés, cómo llegarle de la mejor manera, con contenidos de calidad y plantearon un plan de comunicación estratégica para estas nuevas plataformas, como gestionarlas como trabajar con las parrillas de contenidos que están prestan en su misma plataforma, como publicar según cada red social, como pautar en ellas y como llevarlas a una redes sociales empresariales.

También resaltan tener en cuenta como se podría responder en caso de crisis o dificultades que se puedan presentar en estas nuevas plataformas digitales.

**2. ¿Cuáles son los boletines, cuáles para cada canal de comunicación ¿qué secciones se deben mantener o incluirse en las plataformas digitales?**

Las secciones definidas por las entrevistadas fueron:

Boletín informativo Bajo el Palmar creada con información de los cuatros pilares corporativos, secciones como el Talento Humano, Palmidato, Sgrilaft, de la Palma a la mesa, Radioempálmate, palmas en podcast, SST informa y los que vayan surgiendo a lo largo de la utilización de estas plataformas y según sus herramientas.

**3. ¿Cuál sería el formato que le darían a cada plataforma digital, si comercial o posicionamiento u otro?**

Las entrevistadas concordaron que según información que se tiene desde todas las direcciones de la empresa Palmas del S. A y con reuniones con las altas gerencias en las que sean planteados estos temas, el gerente general de la compañía, Dr. Fabio Gonzáles Bejarano, ha confiado que el objetivo principal es posicionar a la empresa ambientalmente

sostenible, económicamente rentable y socialmente responsable a todos los grupos de interés, clientes, comunidades, trabajadores, núcleo palmero, entes gubernamentales.

**4. ¿Los contenidos girarían en torno a los pilares corporativos de la empresa?**

**¿Qué temas les gustaría que abordaran por cada pilar corporativo?**

Se logró reafirmar que los contenidos siempre girarían frente a estos pilares corporativos y se añadiría un grupo de interés más, no incluido en los pilares como son los clientes, en ellas, se manejará contenido ambiental, intervenciones sociales, actividades, jornadas, capacitaciones, auditorías y todo lo que en ellas emerge.

**5. ¿Cómo quiere estructurada el plan?**

En respuesta a esta última pregunta presentaron sus ideas de como desearían recibir el producto final ellas especificaron qué: se manejará un formato carta en horizontal, que sea muy dinámico, que vaya acorde con la paleta de colores corporativa, que tenga fotografías y que lo puedan obtener en dos formatos digital e impreso.

Por último y darle las bases al desarrollo de la actividad se podrá observar de manera más detallada la entrevista implementada por medio del siguiente link:

[https://www.youtube.com/watch?v=c\\_-jJ-n-jWA&t=76s](https://www.youtube.com/watch?v=c_-jJ-n-jWA&t=76s).

**Actividad 2.** Determinar cuáles son los temas que se abordarán en el plan de comunicación.

De acuerdo con los estudios realizados por medios de encuestas, sondeos a trabajadores y comunidades de influencia, entrevistas a líderes y a la directora de la Dirección de Gestión Humana de responsabilidad Social a la cual pertenece el Área de Comunicaciones se logró establecer los temas necesarios para abordar dentro del plan de

comunicación estratégica para que sean estos enfocados a las necesidades y en caminados a los pilares corporativos, con el fin de fortalecer el impacto comunicativo asertivo desde las nuevas formas de comunicaciones que se proponen a la empresa Palmas del Cesar S. A

Es por ello que, los temas a abordar serán:

1. Introducción
2. ¿Quiénes somos?
3. Misión, visión y valores de la empresa
4. Pilares corporativos
5. Matriz DOFA
6. Objetivos de plan
  - 6.1. Objetivo general
  - 6.2. Objetivos específicos
7. Público Objetivo
8. Mensaje
9. Canales
  - 9.1. ¿Por qué aparecer en las redes sociales?
  - 9.2. ¿Qué redes usar?
  - 9.3. ¿Cómo proceder?

10. Cronograma de actividades para la creación de los contenidos en redes sociales de Palmas del Cesar

11. KPI

11.1. ¿Cómo proceder?

11.2. Tasa de crecimiento de la audiencia

11.3. Alcance de la publicación

11.4. Alcance de la publicación

12. Plan de acción

12.1. Plan de acción para Facebook.

12.1. Plan de acción para Instagram

12.1. Plan de acción para YouTube

12.1. Plan de acción para WhatsApp

12.1. Plan de acción para LinkedIn

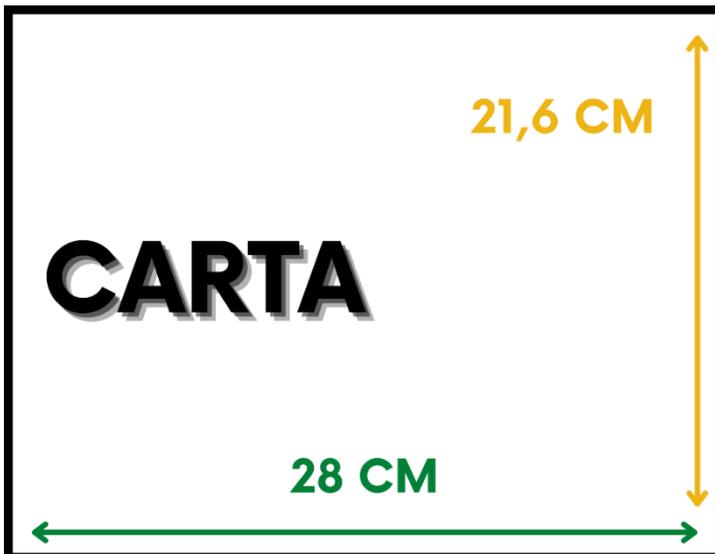
**Actividad 3.** Establecer y justificar el diseño y diagramación del plan.

Para dar cumplimiento a esta actividad se recogió información de las entrevistas antes realizadas en donde se identificó la forma, diagramación y el diseño del plan que a continuación se detallarán:

Para el desarrollo del plan de comunicación estratégica se eligió un formato de hoja con medidas 28 cm horizontal con 21,6 cm de altura que asemeja a una hoja carta en posición horizontal.

**Figura 33.**

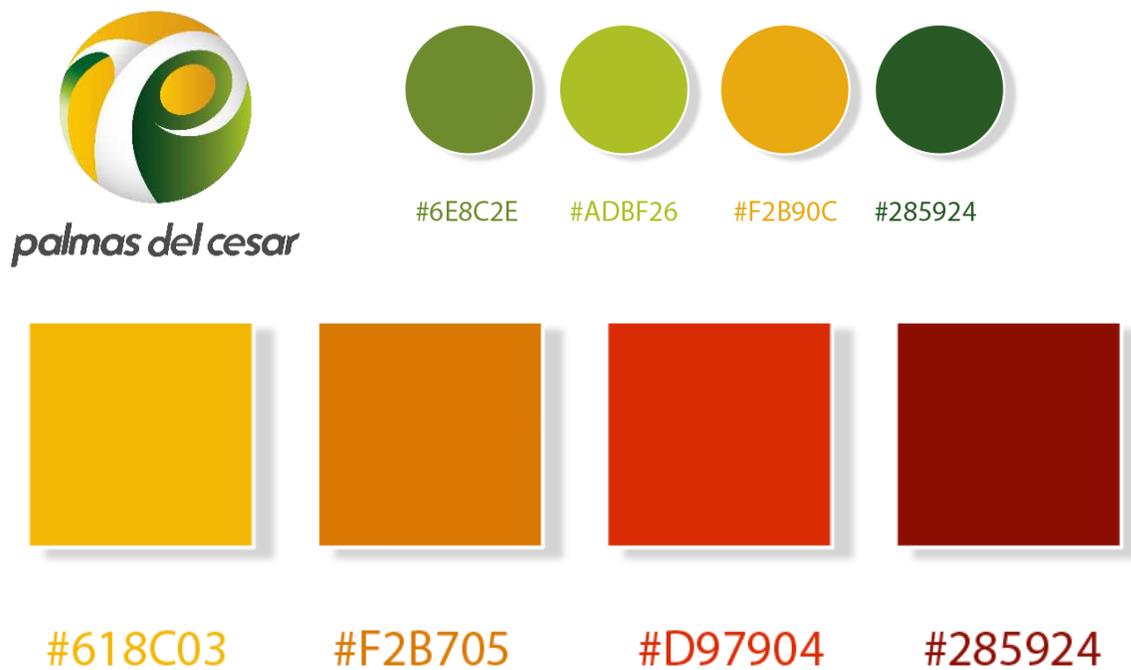
*Figura que indica el formato y las dimensiones en las que se diagramará el producto final.*



También se eligió trabajar con los colores corporativos que maneja la compañía en su imogotipo, además, se presentarán colores derivados de los colores primarios para dar vida a vectores, banner, formas geométricas, ilustraciones con el objetivo de darle armonía a los resultados, por eso estas paletas de colores que se detallarán a continuación:

**Figura 34, 35 y 36.**

*Paleta de color corporativa.*



**Figura 37 y 38.**

*Vectores e ilustraciones.*



*Nota.* Estos elementos son de referencia para la creación del Plan (Freepik , s.f.)

**Figura 39.***Banners.*

*Nota.* Estos elementos son de referencia para la creación del Plan (Freepik , s.f.)

**Figura 40 y 41***Formas dinámicas.*

*Nota.* Estos elementos son de referencia para la creación del Plan (Freepik , s.f.)

## Figura 42, 43 y 44

*Formato guía solicitado por la Dirección de Gestión Humana y Responsabilidad Social.*



*Nota.* Estas fotografías referencian el formato en que se creará el plan. (Fede Palma , s.f.)

En cuanto a la diagramación se creará una portada gráfica con el título del producto, se le dedicará una página a la información de relevancia como los nombres de los creadores que influyeron en el contenido, los derechos reservados, editores, fotógrafos, directores, año y lugar desde donde se creó el contenido.

Por otra parte, se detallará en una página el contenido que se encontrará por número de páginas y nombre de los títulos de los temas, además, se presentará un prólogo a los lectores de manera muy llamativa para que tengan una contextualización al emprender la lectura, también se utilizarán textos justificados según convenga el estilo, imágenes con pie de fotos, ilustraciones acompañadas de vectores que permitan una armonía con la paleta de colores antes mencionada.

Se ubicarán banners con poco peso visual para diferenciar todos los temas plasmados y habrá fotografías o ilustraciones digitales que conlleven la utilización de una o dos páginas completas para diferenciar los temas centrales, resaltando que todas las características antes mencionadas respetarán las líneas de seguridad de los bordes.

Figura 45, 46 y 47

Fotografías de referencia para diseñar contenido, prólogo e información del producto final.

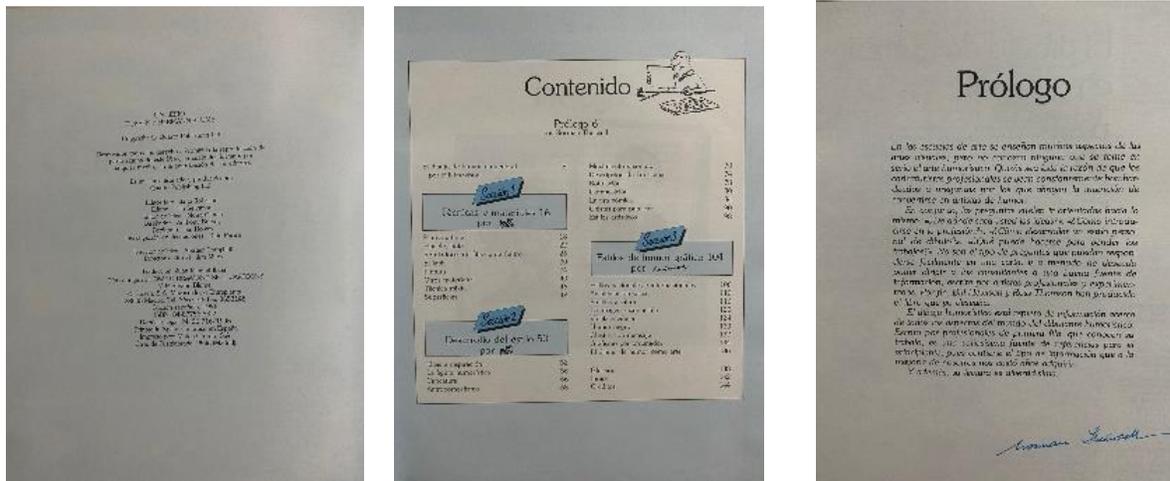


Figura 48 y 49

Figuras que referencia la portada gráfica y los bordes de seguridad que se manejará en plan de comunicación estratégica.



**Actividad 4.** Identificar el material gráfico que deberá incluir el plan de acuerdo a los temas abordados. los ítems, temas, formatos audiovisuales, diseño, tomas fotográficas y centrarlo con los objetivos de la compañía.

**Tabla 4.**

*Temas y recursos que se necesitarán en el plan estratégica.*

<b>Temas</b>	<b>Insumos comunicativos que se utilizarán</b>
Introducción	Texto, logotipo corporativo, paleta de colores, fotografía.
¿Quiénes somos?	Texto, gráficos vectoriales, imágenes png.
Misión, visión y valores de la empresa	Texto, fotografías, ilustraciones.
Pilares corporativos	Texto, fotografías.
Matriz DOFA	Texto, fotografías, ilustraciones.
Objetivos de plan	Texto
Público Objetivo	Texto
Mensaje	Texto
Canales	Fotos, ilustraciones, gráficos vectoriales.
Cronograma de actividades para la creación de los contenidos en redes sociales de Palmas del Cesar	Texto, ilustraciones, vectores, fotografías.
KPI	Texto, fotografías
Plan de acción	Texto, ilustración, gráficos vectoriales.

### **3.1.3. Objetivo 3.**

**Determinar los canales de comunicación más óptimos para la implementación de dicha estrategia planteada en el plan.**

Para el cumplimiento de este objetivo se desarrollaron tres actividades importantes que se mencionaran a continuación:

**Actividad 1.** Implementar un sondeo interno y externo donde se identifiquen las plataformas preferidas por las comunidades y trabajadores de Palmas del Cesar. Asimismo, a qué plataformas digitales o redes sociales tienen mayor acceso, cuáles utilizan más, cuáles le parecen mejor para informarse, etc.

Para dar cumplimiento a la primera actividad se realizó un sondeo tanto a trabajadores de Palmas del Cesar S. A. como a las comunidades en las que influye la compañía, este sondeo se realizó junto a la encuesta (Actividad 1 del objetivo específico 1), con el objetivo recolectar información valiosa desde inicio y así no saturar al público objetivo con distintas consultas y preguntas mediante formularios. Por lo que se aprovechó una misma oportunidad para dar cumplimiento a estas dos actividades.

Se implementó el sondeo para los trabajadores que se puede consultar en el siguiente enlace <https://forms.gle/VXNBHPEmU6iXXXbM9>, aquí se podrán observar las tres últimas preguntas dedicadas al sondeo, estas hacen referencia específicamente al uso que los trabajadores le dan a las diversas plataformas como, Facebook, Instagram, WhatsApp, YouTube, LinkedIn y Twitter, para que las utilizan y con qué dispositivos electrónicos cuentan para interactuar con estas plataformas digitales.

Así mismo, se realizó el sondeo para las comunidades el cual se puede consultar en el siguiente enlace <https://forms.gle/dvwu47tkcLuPLeyM8>, las preguntas del sondeo corresponden al número 3, 4 y 5 del formulario en mención, donde se les pregunta a las comunidades su relación con estas plataformas digitales, a cuál más se le da uso y cual prefiere.

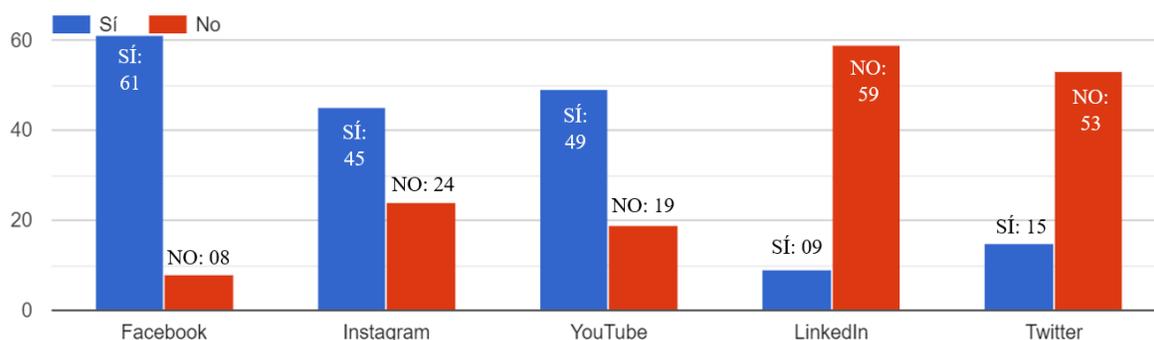
**Actividad 2.** Organizar la información arrojada por los sondeos y hacer un análisis sobre ello.

A continuación, se presentarán las preguntas realizadas a los trabajadores directos de la empresa Palmas del Cesar, estas eran preguntas con múltiples respuestas sobre el uso de las plataformas digitales.

### 1. ¿Cuál de estas plataformas digitales utilizas con mayor frecuencia?

**Figura 50.**

*Respuesta de la quinta pregunta sondeo trabajadores. Autor Google Forms.*



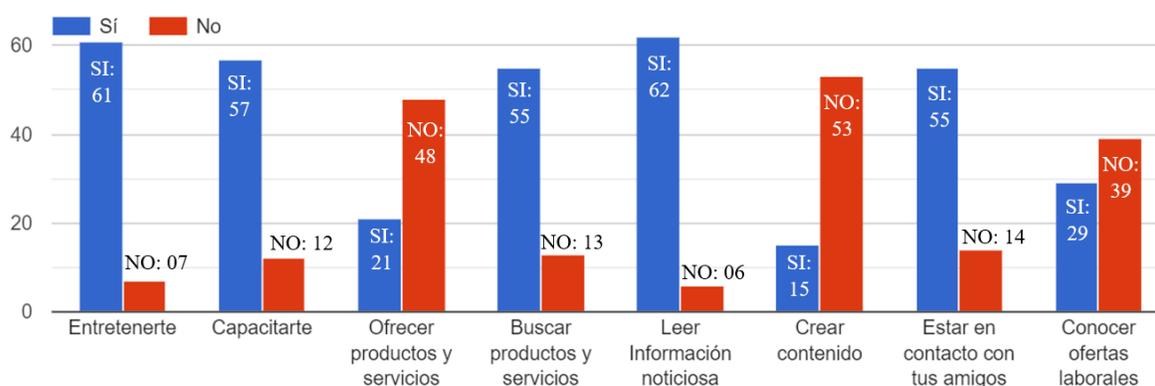
De las cinco posibilidades para elegir cuál es la plataforma digital que utiliza con mayor frecuencia los trabajadores de Palmas del Cesar S. A., 61 votantes afirmaron que es

Facebook, que además de ser la preferida, es con la que más interactúa en su cotidianidad. Posteriormente YouTube con una anotación de 49 votos y, por otro lado, se tuvo un resultado de 59 voto a la opción de LinkedIn como la plataforma que menos utilizan.

## 2. ¿Para qué utilizas las plataformas digitales antes seleccionadas?

**Figura 51.**

*Respuesta de la sexta pregunta sondeo trabajadores. Autor Google Forms.*



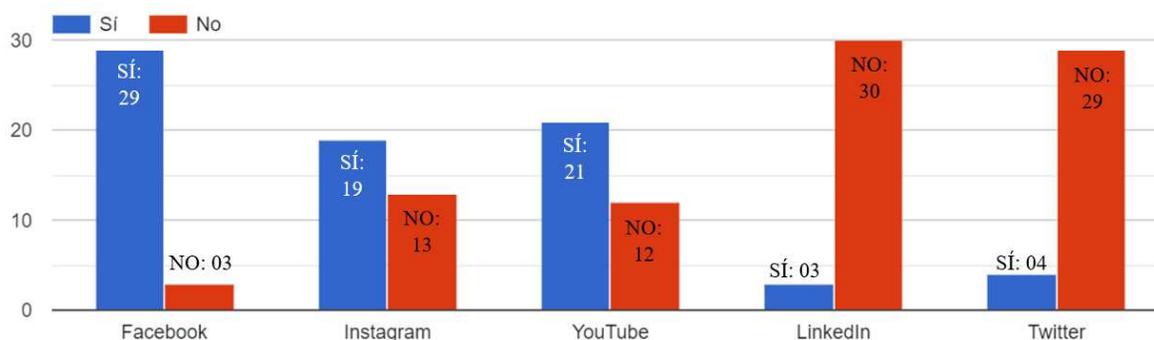
Con la intención de saber para qué utilizan en su día a día las plataformas digitales los trabajadores de Palmas del Cesar, se dejaron ocho opciones donde se podían seleccionar una o varias, estas hacían referencia a las actividades que realizan con estas plataformas. Como resultado se logró obtener que los encuestados utilizan con mayor frecuencia las plataformas digitales para leer información noticiosa, con un número de 62 votantes para Sí y, por el contrario, lo que menos hacen en su día a día con estas plataformas es no crear contenido, esta opción obtuvo 53 votos.

A continuación, se presentarán las preguntas implementadas en el formulario a las comunidades en las que la empresa Palmas del Cesar tiene mayor influencia, estas fueron preguntas con múltiple respuesta sobre el uso que les dan a las plataformas digitales.

### ¿Cuál de estas plataformas digitales utilizas con mayor frecuencia?

**Figura 52.**

*Respuesta de la cuarta pregunta sondeo a comunidades. Autor Formulario de Google Forms.*

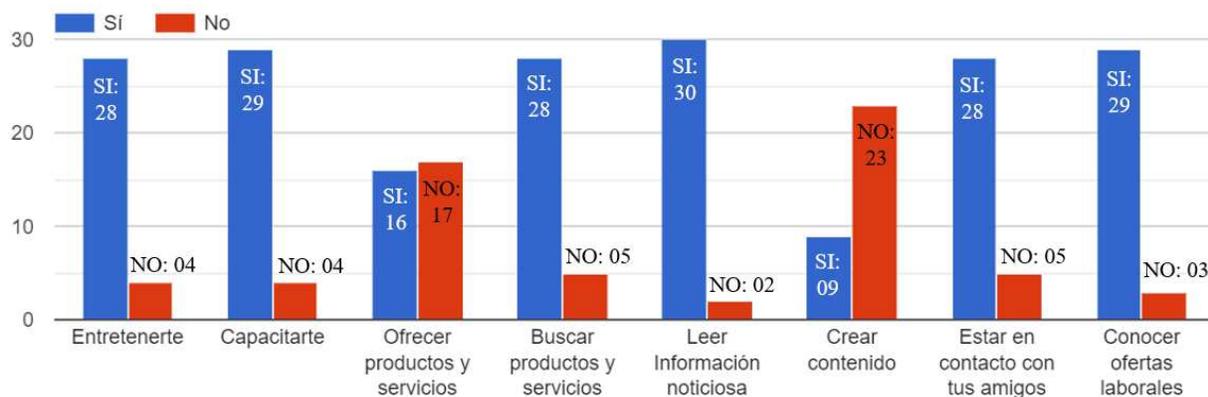


Con el fin de identificar entre los miembros y participantes de las encuestas de las distintas zonas de influencia de la compañía, se les dio la oportunidad de elegir entre las 5 plataformas más posicionadas en Colombia: Facebook, Instagram, YouTube, LinkedIn y Twitter. De las elecciones se obtuvo una total de 29 votantes para la opción de Facebook como la plataforma digital preferida de los encuestados, en respuesta adversa, LinkedIn y Twitter fueron las menos elegidas por los votantes como su plataforma utilizada en su día a día.

## 1. ¿Para qué utilizas las plataformas digitales antes seleccionadas?

**Figura 53.**

*Respuesta de la quinta pregunta sondeo a comunidades. Autor Formulario de Google Forms.*



Con el objetivo de identificar para qué las comunidades están utilizando las plataformas digitales en su día a día, se incorporaron 8 posibilidades de actividades que se pueden llegar a realizar con ellas. Los resultados reflejan una cifra de 30 votantes que aseguran que su actividad con estas plataformas digitales se resume en leer información noticiosa y, asimismo, 23 encuestados concluyeron en que su principal actividad con las plataformas digitales no era crear contenido.

**Actividad 3.** Hacer un listado donde se especifiquen cuáles son los canales óptimos que se deberían utilizar, por qué, cuáles son sus ventajas y qué aspectos se deben tener en cuenta.

A continuación, se presentará una matriz con las plataformas digitales que se deberán utilizar en el plan piloto de implementación de redes sociales para la empresa Palmas del Cesar S. A. Esta matriz se hace basado en los resultados obtenidos de la encuesta realizada a trabajadores del compañía y comunidades del radio de influencia. Sin embargo, no se descarta que durante el proceso se decida crear otras plataformas digitales como Twitter y LinkedIn, las cuales tuvieron menos votación cuando se les indago sobre estas, porque en efecto las comunidades y trabajadores tienen poco conocimiento sobre la existencia de estas redes, cuál es su función y como se usan.

**Tabla 5.***Plataformas digitales recomendadas.*

<b>Red social</b>	<b>Por qué usarla</b>	<b>Ventajas</b>	<b>Observaciones</b>
Facebook	<p>A nivel mundial, Facebook, es la red social que más usuarios activos tiene en el mundo con más de aproximadamente 2. 900 millones según la revista estadística “es.estadista”. El constante crecimiento que ha tenido esta plataforma en las últimas décadas ha despertado interés en las pequeñas y grandes empresas debido a la masa de usuarios que reúne y que son de interés de estas compañías que permiten que participen en su espacio con estrategias que les permitan alcanzar sus objetivos.</p> <p>Llevando el tema hacia lo local, Palmas del cesar y diferentes políticas corporativas, objetivos y planes de acción que tiene y sigue desarrollando Palcesar, tienen en común y según los resultados obtenidos esta plataforma en su día a día, se informan mediante ella y tiene los medios tecnológicos para interactuar y participar de los resultados comunicativos creado por las estrategias de comunicación que plantee el área de comunicaciones y la empresa.</p>	<p>-Es una plataforma gratis, pero con la opción de pautar en diferentes momentos es con modalidad de pago a gran cantidad de tiempo y de radio de publicación.</p> <p>-Visibilidad.</p> <p>- Posicionamiento.</p> <p>- Alta frecuencia de difusión de mensajes.</p> <p>-Interactividad o feed Back con los mensajes que se transmitan.</p> <p>- Captación de clientes.</p> <p>-Bussines to Bossines (B2B), que traduce empresa a empresa en cuanto objetivos comunes para el desarrollo local y regional.</p> <p>- Diálogo social.</p>	<p>-Se sugiere un estudio mínimo de cada 30 días de la plataforma (que esta misma permite), para corroborar la objetividad de las estrategias, interactividad, tráfico y demás.</p> <p>-Contar con un profesional o especialista en los manejos de redes sociales.</p> <p>-Cambiar de estrategia en la plataforma cuando de mande un cambio y los análisis arrojen poca interactividad.</p> <p>-Manejar marcas de aguas, debido al plagio de información que se maneja en esta plataforma.</p>

<p>WhatsApp</p>	<p>WhatsApp es una plataforma confiable, simple, segura, con mensajerías y llamadas en los teléfonos celulares, en las que se puede compartir mensajes de voz, archivos y otros medios de tipo personal fundada en California en 2009 por Jan Koum y Brian Acton, WhatsApp se convirtió rápidamente en el nuevo modo de comunicación global , también existe WhatsApp Business es una aplicación de descarga gratuita, similar a WhatsApp Messenger, pero con funciones más automatizadas para el desarrollo de comunicación de pequeñas y medianas empresas como Palmas del Cesar.</p> <p>Está disponible para software Android y iPhone, facilita las interacciones con los clientes, ya que ofrece herramientas para automatizar, organizar y responder rápidamente a los mensajes.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Hipervínculos con otras plataformas digitales para mayor visibilidad de los mensajes emitidos.</li> <li>-Disminución de costos en publicidad con medios externos para la emisión de mensajes.</li> <li>- Inmediatez y programación de alto número de contenidos.</li> <li>-Es una plataforma completamente gratis.</li> <li>-Perfil de empresa para mostrar información importante, como la dirección, el correo electrónico y el sitio web.</li> <li>-Etiquetas para organizar tus chats y mensajes a fin de encontrarlos fácilmente.</li> <li>-Herramientas de mensajería para responder de forma rápida a tus clientes.</li> <li>-Crea un catálogo para mostrar tus productos y servicios.</li> <li>- Facilitar la comunicación interna en la empresa, Whatsapp Business</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Segmentación del público objetivo por creación de grupos.</li> <li>- Segmentación por secciones los distintos programas implementados para informar por este medio.</li> <li>- Evaluar la estrategia de comunicación utilizando las analíticas.</li> <li>- Manejar marcas de aguas, debido al plagio de información que se maneja en esta plataforma.</li> </ul>
-----------------	--	--	---

Según el estudio realizado dentro de este proyecto de investigación esta plataforma digital sigue siendo el canal de comunicación que actualmente los trabajadores y comunidades más utilizan para informarse sobre Palmas del Cesar S. A. Por lo tanto, esta plataforma se debe seguir implementando y fortaleciendo dentro del plan de comunicación estratégica de la compañía. (Steil, 2021)

es una excelente herramienta para la digitalización de las pymes. Es un canal de comunicación ideal para el día a día de una empresa, ya que brinda todos los servicios de una cuenta privada, incluyendo la creación de grupos y vídeo llamadas.

-Trabajar con una amplia variedad de formatos (documentos, texto, enlaces, audios y videos).

-Interacción más humana con el público objetivo, pues permite interactuar con las empresas de la misma forma que se conectan con sus familiares y amigos, brinda un canal de comunicación cómodo con un enfoque más humanizado, sin las complicaciones que normalmente están asociadas a los servicios de atención al cliente tradicionales, pero conectado con las nuevas tecnologías.

Instagram

Esta una red social, pero al mismo tiempo una aplicación que permita compartir imágenes y videos con formatos específicos que a la vez mantienen funciones como filtro, marcos, música, efectos para dar dinamismo a las historias que el usuario quiera contar. Esta aplicación se ubica

- La plataforma adecuada para llegar a los adolescentes.

- Aumento de tráfico a la página web u otras plataformas digitales por hipervínculo.

- Contar con el profesional idóneo para el manejo de esta plataforma digital.

- Realizar un constante análisis en determinado periodo de tiempo para

como en los rankings del mundo como la quinta red social más famosa en el mundo y que se ha logrado posicionar en cierto público que según el blog de estadística “Estatista.com” favorita entre los adolescentes y que hasta junio del 2018 contaba con más de 1.000 millones de usuarios activos en el mundo.

Por otra parte, es importante mencionar datos directamente de Instagram afirma que el 90 % de las personas que utilizan esta red social siguen a una empresa, dos de cada 3 personas encuestadas afirman que Instagram les permite interactuar con marcas y el 50 % de las personas se interesan más en una marca cuando ven sus anuncios en esta plataforma.

A demás de esto, Instagram se encuentra entre las tres plataformas preferidas para los trabajadores de Palmas del Cesar y comunidades en las que la compañía tiene una influencia directa y que la encuesta realizada junto al sondeo implementado a este público objetivo se comprobó que el 95 % de los trabajadores encuestados cuenta con teléfono celular y el 98 % de los miembros de la comunidad también cuentan con un dispositivo móvil para la utilización de estas plataformas digitales.

LinkedIn

Esta es una red social con orientación en todas sus funcionalidades para las empresas y profesionales, que al contrario de otras redes sociales como Instagram, Facebook, WhatsApp que buscan

- Humanización de la marca.

- Mayor visibilidad de la empresa.

- Mayor interacción de la comunidad o también llamado engagment.

- Te ofrece reportes detallados para conocer a tu público.

- Buscar talentos acordes a las necesidades de la compañía.

- Encontrar clientes y proveedores para tu negocio.

identificar y fortalecer los procesos comunicativos mediante esta plataforma.

- Manejar marcas de aguas, debido al plagio de información que se maneja en esta plataforma.

- Estudiar periódicamente su algoritmo.

- Cuidado con la información que se publica, nada de violencia gráfica, pues su restricción es bastante alta.

- Crear contenido enfocados a la funcionalidad de la plataforma.

fomentar las relaciones personales. El objetivo de LinkedIn es crear una red de contactos en el ámbito laboral y profesional.

Por otra parte, es válido afirmar que los resultados de la encuesta a trabajadores y comunidades dio como resultado que no es de su utilidad, pero que, según las funcionalidades, las ventajas, por ser una plataforma digital posicionada en Colombia que según la agencia de marketing digital branch.com es la novena red social más utilizada por los colombianos con un 29,6%, relaciones comerciales, por lo tanto, brindan un sinnúmero de beneficios para una empresa como Palmas del Cesar.

Twitter es una red social que le permite a los usuarios escribir mensajes de manera rápida y fácil, compartir opiniones, gustos, intereses e informarse sobre todo lo que sucede en el mundo y en el país donde se encuentra.

Twitter

Al igual que LinkedIn no fue una plataforma altamente votada por los encuestado pero que debido a sus funcionalidades y beneficios que trae trabajar ella, se deja abierta la posibilidad para que Palmas del Cesar explore y explote sus beneficios en caminados a los objetivos comunicativos de la compañía.

- Tráfico para web.

- Visibilidad

- No tiene costo.

1. Mantiene al tanto de los acontecimientos de interés de la compañía

2. Promoción gratuita de la marca, programas o proyectos.

3. Alcance de nuevas audiencias.

4. Crea movimiento de responsabilidad social o empresarial.

- Contenido según el objetivo de la compañía en esta red social.

- Estudio estadístico de las publicaciones que se realizan, pues la misma plataforma brinda la información.

- Promover contenidos sociales.

- Fortalecer a imagen de la marca.

- Relacionamiento con entes gubernamentales.

**Actividad 4.**

**Incluir en el plan, la creación de una estrategia de redes sociales donde se estructure la información que se va a publicar, cómo se va a publicar, parrilla de programaciones, los objetivos con que se van a publicar, etc.**

Dentro de la estrategia de comunicación planteada mantiene dentro de su núcleo la elaboración de un plan de acción para el fortalecimiento del plan de comunicación estratégica externo donde se implementen las nuevas tecnologías de la información planteado en el presente proyecto, por lo tanto, contiene los horarios de publicación con mayor alcance por cada red social y según característica de la compañía en cuanto a las actividades que realiza, además, explica detalladamente los formatos y con la intención de realizarlo apuntándole a factores fundamentales como los pilares corporativo, políticas corporativas y objetivo de la empresa en las redes sociales (Posicionamiento). El diseño de piezas comunicativas cada una con su temática y con su temática definida para las herramientas de difusión que brinda cada plataforma digital, esto se podrá detallar a continuación:

**Tabla 6.***Plan de acción para Facebook*

<b>Fecha de publicación</b>	<b>Hora</b>	<b>Temática</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tipo de contenido</b>	<b>Objetivo de la publicación</b>	<b># de publicaciones</b>	<b>Estado de publicación</b>
Lunes 01/11/22	8:00 am	Apertura de la red Social	Gran apertura de la empresa Palmas del Cesar en la red social.	Video Institucional y flyer llamativo	Generar confianza en la red social	2	Pendiente
Martes 02/11/22	10: 00 am	Cultura Organizacional	Creación de una infografía con los comités que existen en la compañía, que maneje los colores corporativos.	Infografía - Historia	Informar sobre los organismos creados en la compañía	2	Pendiente
Miércoles 03/11/22	11:00 am	Pilares corporativos	Informas cuáles son nuestros grupos de interés.	Video animado	Dar a conocer los grupos de interés de la compañía	1	Pendiente
Jueves 04/11/22	4:00 pm	Presentación	Historia dinámica que genere familiaridad con la red social	Historia	Generar familiaridad y darle una cara más humana a la compañía por medio de las redes sociales.	3	Pendiente
Viernes 05/11/12	6:00 pm	Presentación de las secciones a implementar semanalmente.	Creación de contenido audiovisual que presente los distintos	Integración de las herramientas brindadas por las plataformas	Contextualizar a la audiencia	3	Pendiente
Sábados 06/11/22	8:00 am	Presentación de la mascota de la compañía Cesar	Creación de material audiovisual del personaje Cesar, presentándose a la comunidad	Video animado	Familiaridad de la comunidad con la mascota de la compañía.	1	Pendiente

Lunes 08/11/22	9:00 am	SST Informa	Flyer de la sección de SST informa (Noticia o información educativa para la comunidad digital)	Flyer	Informar y educar	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	2:0pm	Radioempálmate	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Boletín de radio	Informar y educar	1	Pendiente
Martes 09/11/22	9:00 am	Talento humano	Resaltar a los trabajadores de la empresa	Flyer	Resaltar el talento de los trabajadores	1	Pendiente
Martes 09/11/22	2:0pm	Radioempálmate	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Boletín de radio	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	9:00 am	Palmidato	Datos curiosos, médicos, saludables, económicos que se relacione en general con la palmicultura y la industria de Palmas del Cesar	Flyer	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	2:00 pm	Capsula de Cesar	Dato curioso, palabra del día, dato histórico y días especiales que lo comunique Cesar por medio de un contenido visual.	Flyer, infografía, video o radio empálmate	Educación, informar	1	Pendiente
Jueves 11/11/22	9:00 am	De la Palma a la mesa	Receta de la semana relacionada con el aceite de palma africana	Flyer	Educación	1	Pendiente
Jueves 11/11/22	2:00 pm	Sagrilaft	Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo	Flyer	Educación, informar	1	Pendiente

Viernes 12/11/22	9:00 am	Foto de la semana	Fotografías sociales, ambiental, fauna, flora, tomada por cualquier actor de la permacultura para resaltar nuestra	Foto del día	Participación y educar	1	Pendiente
Viernes 12/11/22	2:00 pm	Boletín para la comunidad digital	Noticias de actividades, eventos, programas, intervenciones relacionado y de interés para la comunidad digital	PDF – Hipervínculo	Informar	1	Pendiente
Sábado	8:00 am	Historias bajo la palma	Crónicas no muy largas, audiovisuales de historias de personas resiliente relacionadas con la palmicultura	Video corto	Impactar	1	Pendiente
Sábado	2:00 pm	Espacio para nuestros clientes y comercial	Cierre de semana con un programa pregrabado televisivo donde se entrevista a diferentes clientes y personajes de alta importancia para el gremio palmicultor en cuanto a nuestros productos y el aporte al desarrollo de la región	Programa tv	Informar, impactar, fidelizar y entretener	1	Pendiente

**Tabla 7.***Plan de acción para Instagram.*

<b>Fecha de publicación</b>	<b>Hora</b>	<b>Temática</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tipo de contenido</b>	<b>Objetivo de la publicación</b>	<b># de publicaciones</b>	<b>Estado de publicación</b>
Lunes 01/11/22	8:00 am	Apertura de la red Social	Gran apertura de la empresa Palmas del Cesar en la red social	Video Institucional y flyer llamativo	Generar confianza en la red social	2	Pendiente
Martes 02/11/22	10: 00 am	Cultura Organizacional	Creación de una infografía con los comités que existen en la compañía, que maneje los colores corporativos.	Infografía - Historia - Carrusel	Informar sobre los organismos creados en la compañía	2	Pendiente
Miércoles 03/11/22	11:00 am	Pilares corporativos	Informas cuáles son nuestros grupos de interés.	Reel	Dar a conocer los grupos de interés de la compañía	1	Pendiente
Jueves 04/11/22	4:00 pm	Presentación	Historia dinámica que genere familiaridad con la red social	Historia	Generar familiaridad y darle una cara más humana a la compañía por medio de las redes sociales.	3	Pendiente
Viernes 05/11/12	6:00 pm	Presentación de las secciones a implementar semanalmente.	Creación de contenido audiovisual que presente los distintos	Integración de las herramientas brindadas por las plataformas	Contextualizar a la audiencia	3	Pendiente
Sábados 06/11/22	8:00 am	Presentación de la mascota de la compañía Cesar	Creación de material audiovisual del personaje Cesar, presentándose a la comunidad	Reel	Familiaridad de la comunidad con la mascota de la compañía.	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	9:00 am	SST Informa	Flyer de la sección de SST informa (Noticia o información educativa para la comunidad digital)	Flyer	Informar y educar	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	2:0pm	Radioempálmate	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Boletín de radio	Informar y educar	1	Pendiente

Martes 09/11/22	9:00 am	Talento humano	Resaltar a los trabajadores de la empresa	Flyer	Resaltar el talento de los trabajadores	1	Pendiente
Martes 09/11/22	2:0pm	Radioempálmate	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Boletín de radio	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	9:00 am	Palmidato	Datos curiosos, médicos, saludables, económicos que se relacione en general con la palmicultura y la industria de Palmas del Cesar	Carrusel	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	2:00 pm	Capsula de Cesar	Dato curioso, palabra del día, dato histórico y días especiales que lo comunique Cesar por medio de un contenido visual	Flyer, infografía, Reel o radio empálmate	Educación, informar	1	Pendiente
Jueves 11/11/22	9:00 am	De la Palma a la mesa	Receta de la semana relacionada con el aceite de palma africana	Carrusel	Educación	1	Pendiente
Jueves 11/11/22	2:00 pm	Sagrilaft	Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo	Carrusel	Educación, informar	1	Pendiente
Viernes 12/11/22	9:00 am	Foto de la semana	Fotografías sociales, ambiental, fauna, flora, tomada por cualquier actor de la permacultura para resaltar nuestra	Foto del día	Participación y educación	1	Pendiente
Viernes 12/11/22	2:00 pm	Boletín para la comunidad digital	Noticias de actividades, eventos, programas, intervenciones relacionado y de interés para la comunidad digital	PDF – Hipervínculo	Informar	1	Pendiente
Sábado	8:00 am	Historias bajo la palma	Crónicas no muy largas, audiovisuales de historias de personas resiliente relacionadas con la palmicultura	Reel	Impactar	1	Pendiente
Sábado	2:00 pm	Espacio para nuestros clientes y comercial	Cierre de semana con un programa pregrabado televisivo donde se entrevista a diferentes	Programa tv	Informar, impactar, fidelizar y entretener	1	Pendiente

clientes y personajes de alta  
importancia para el gremio  
palmicultor en cuanto a nuestros  
productos y el aporte al desarrollo  
de la región

---

**Tabla 8.***Plan de acción para YouTube*

<b>Fecha de publicación</b>	<b>Hora</b>	<b>Temática</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tipo de contenido</b>	<b>Objetivo de la publicación</b>	<b># de publicaciones</b>	<b>Estado de publicación</b>
Lunes 01/11/22	8:00 am	Apertura de la red Social	Gran apertura de la empresa Palmas del Cesar en la red social	Video Institucional y Portada	Generar confianza en la red social	2	Pendiente
Martes 02/11/22	10: 00 am	Cultura Organizacional	Implementar un directo de los comités que existen en la compañía, que maneje los colores corporativos.	Directo online	Informar sobre los organismos creados en la compañía	1	Pendiente
Miércoles 03/11/22	11:00 am	Pilares corporativos	Informas cuáles son nuestros grupos de interés.	Video	Dar a conocer los grupos de interés de la compañía	1	Pendiente
Jueves 04/11/22	4:00 pm	Presentación	Historia dinámica que genere familiaridad con la red social	Shorts	Generar familiaridad y darle una cara más humana a la compañía por medio de las redes sociales.	3	Pendiente
Viernes 05/11/12	6:00 pm	Presentación de las secciones a implementar semanalmente.	Creación de contenido audiovisual que presente los distintos	Integración de las herramientas brindadas por las plataformas	Contextualizar a la audiencia	3	Pendiente
Sábados 06/11/22	8:00 am	Presentación de la mascota de la compañía Cesar	Creación de material audiovisual del personaje Cesar, presentándose a la comunidad	Video	Familiaridad de la comunidad con la mascota de la compañía.	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	9:00 am	SST Informa	Flyer de la sección de SST informa (Noticia o información educativa para la comunidad digital)	Video	Informar y educar	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	2:0pm	Radioempálmate	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Video	Informar y educar	1	Pendiente
Martes 09/11/22	9:00 am	Talento humano	Resaltar a los trabajadores de la empresa	Shorts	Resaltar el talento de los trabajadores	1	Pendiente
Martes 09/11/22	2:0pm	Radioempálmate	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Video	Informar y educar	1	Pendiente

Miércoles 10/11/22	9:00 am	Palmidato	Datos curiosos, médicos, saludables, económicos que se relacione en general con la palmicultura y la industria de Palmas del Cesar	Shorts	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	2:00 pm	Capsula de Cesar	Dato curioso, palabra del día, dato histórico y días especiales que lo comunique Cesar por medio de un contenido visual	Shorts	Educación, informar	1	Pendiente
Jueves 11/11/22	9:00 am	De la Palma a la mesa	Receta de la semana relacionada con el aceite de palma africana	Shorts	Educación	1	Pendiente
Jueves 11/11/22	2:00 pm	Sagrilaft	Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo	Video	Educación, informar	1	Pendiente
Viernes 12/11/22	9:00 am	Foto de la semana	Fotografías sociales, ambiental, fauna, flora, tomada por cualquier actor de la permacultura para resaltar nuestra	Shorts	Participación y educación	1	Pendiente
Sábado	8:00 am	Historias bajo la palma	Crónicas no muy largas, audiovisuales de historias de personas resiliente relacionadas con la palmicultura	Video crónica	Impactar	1	Pendiente
Sábado	2:00 pm	Espacio para nuestros clientes y comercial	Cierre de semana con un programa pregrabado televisivo donde se entrevista a diferentes clientes y personajes de alta importancia para el gremio palmicultor en cuanto a nuestros productos y el aporte al desarrollo de la región	Programa tv en directo	Informar, impactar, fidelizar y entretener	1	Pendiente

**Tabla 9.***Plan de acción para WhatsApp.*

<b>Fecha de publicación</b>	<b>Hora</b>	<b>Temática</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tipo de contenido</b>	<b>Objetivo de la publicación</b>	<b># de publicaciones</b>	<b>Estado de publicación</b>
Lunes 01/11/22	8:00 am	Apertura de la red Social	Gran apertura de la empresa Palmas del Cesar en la red social	Video Institucional y flyer llamativo	Generar confianza en la red social	2	Pendiente
Martes 02/11/22	10: 00 am	Cultura Organizacional	Creación de una infografía con los comités que existen en la compañía, que maneje los colores corporativos.	Infografía - Historia	Informar sobre los organismos creados en la compañía	2	Pendiente
Miércoles 03/11/22	11:00 am	Pilares corporativos	Informas cuáles son nuestros grupos de interés.	Video animado	Dar a conocer los grupos de interés de la compañía	1	Pendiente
Jueves 04/11/22	4:00 pm	Presentación	Historia dinámica que genere familiaridad con la red social	Historia	Generar familiaridad y darle una cara más humana a la compañía por medio de las redes sociales.	3	Pendiente
Viernes 05/11/12	6:00 pm	Presentación de las secciones a implementar semanalmente.	Creación de contenido audiovisual que presente las distintas secciones a implementar semanalmente	Integración de las herramientas brindadas por las plataformas	Contextualizar a la audiencia	3	Pendiente
Sábados 06/11/22	8:00 am	Presentación de la mascota de la compañía Cesar	Creación de material audiovisual del personaje Cesar, presentándose a la comunidad	Video animado	Familiaridad de la comunidad con la mascota de la compañía.	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	9:00 am	SST Informa	Flyer de la sección de SST informa (Noticia o información educativa para la comunidad digital)	Flyer	Informar y educar	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	2:0pm	Radioempálmate	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Boletín de radio – mp3	Informar y educar	1	Pendiente

Martes 09/11/22	9:00 am	Talento humano	Resaltar a los trabajadores de la empresa	Flyer	Resaltar el talento de los trabajadores	1	Pendiente
Martes 09/11/22	2:0pm	Radioempálmate	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Boletín de radio – mp3	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	9:00 am	Palmidato	Datos curiosos, médicos, saludables, económicos que se relacione en general con la palmicultura y la industria de Palmas del Cesar	Flyer	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	2:00 pm	Capsula de Cesar	Dato curioso, palabra del día, dato histórico y días especiales que lo comunique Cesar por medio de un contenido visual	Video – Historia	Educación, informar	1	Pendiente
Jueves 11/11/22	9:00 am	De la Palma a la mesa	Receta de la semana relacionada con el aceite de palma africana	Flyer	Educación	1	Pendiente
Jueves 11/11/22	2:00 pm	Sagrilaft	Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo	Flyer	Educación, informar	1	Pendiente
Viernes 12/11/22	9:00 am	Foto de la semana	Fotografías sociales, ambiental, fauna, flora, tomada por cualquier actor de la permacultura para resaltar nuestra	Foto del día	Participación y educar	1	Pendiente
Viernes 12/11/22	2:00 pm	Boletín para la comunidad digital	Noticias de actividades, eventos, programas, intervenciones relacionado y de interés para la comunidad digital	PDF – Hipervínculo	Informar	1	Pendiente
Sábado	8:00 am	Historias bajo la palma	Crónicas no muy largas, audiovisuales de historias de personas resiliente relacionadas con la palmicultura	Video corto	Impactar	1	Pendiente

Sábado	2:00 pm	Espacio para nuestros clientes y comercial	Cierre de semana con un programa pregrabado televisivo donde se entrevista a diferentes clientes y personajes de alta importancia para el gremio palmicultor en cuanto a nuestros productos y el aporte al desarrollo de la región	Programa tv	Informar, impactar, fidelizar y entretener	1	Pendiente
--------	---------	--	--	-------------	--	---	-----------

**Tabla 10.***Plan de acción para LinkedIn.*

<b>Fecha de publicación</b>	<b>Hora</b>	<b>Temática</b>	<b>Descripción</b>	<b>Tipo de contenido</b>	<b>Objetivo de la publicación</b>	<b># de publicaciones</b>	<b>Estado de publicación</b>
Lunes 01/11/22	8:00 am	Apertura de la red Social	Gran apertura de la empresa Palmas del Cesar en la red social	Video Institucional y flyer llamativo	Generar confianza en la red social	2	Pendiente
Martes 02/11/22	10: 00 am	Cultura Organizacional	Creación de una infografía con los comités que existen en la compañía, que maneje los colores corporativos.	Infografía	Informar sobre los organismos creados en la compañía	2	Pendiente
Miércoles 03/11/22	11:00 am	Pilares corporativos	Informas cuáles son nuestros grupos de interés.	Video animado	Dar a conocer los grupos de interés de la compañía	1	Pendiente
Jueves 04/11/22	4:00 pm	Presentación	Historia dinámica que genere familiaridad con la red social	video	Generar familiaridad y darle una cara más humana a la compañía por medio de las redes sociales.	3	Pendiente
Sábados 06/11/22	8:00 am	Presentación de la mascota de la compañía Cesar	Creación de material audiovisual del personaje Cesar, presentándose a la comunidad	Video animado	Familiaridad de la comunidad con la mascota de la compañía.	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	9:00 am	Convocatorias	Flyer de la sección de SST informa (Noticia o información educativa para la comunidad digital)	Flyer	Informar y educar	1	Pendiente
Martes 09/11/22	9:00 am	Talento humano	Resaltar a los trabajadores de la empresa	Flayer	Resaltar el talento de los trabajadores	1	Pendiente
Martes 09/11/22	2:0pm	Vacantes	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Flayer	Informar y educar	1	Pendiente

Miércoles 10/11/22	9:00 am	Palmidato	Datos curiosos, médicos, saludables, económicos que se relacione en general con la palmicultura y la industria de Palmas del Cesar	video	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	2:00 pm	Capsula de Cesar	Dato curioso, palabra del día, dato histórico y días especiales que lo comunique Cesar por medio de un contenido visual	Video	Educación, informar	1	Pendiente
Jueves 11/11/22	9:00 am	De la Palma a la mesa	Receta de la semana relacionada con el aceite de palma africana	video	Educación	1	Pendiente
Viernes 12/11/22	9:00 am	Lo que hacemos	Video que muestre los procesos y medidas de extracción de aceite	Video	Confianza	1	Pendiente
Sábado	8:00 am	Historias bajo la palma	Crónicas no muy largas, audiovisuales de historias de personas resiliente relacionadas con la palmicultura	Video - crónica	Impactar	1	Pendiente
Sábado	2:00 pm	Espacio para nuestros clientes y comercial	Cierre de semana con un programa pregrabado televisivo donde se entrevista a diferentes clientes y personajes de alta importancia para el gremio palmicultor en cuanto a nuestros productos y el aporte al desarrollo de la región	Video – hipervínculo a YouTube	Informar, impactar, fidelizar y entretener	1	Pendiente

## Capítulo 4. Diagnóstico final

El fortalecimiento de la comunicación para una compañía como Palmas del Cesar es un trabajo arduo con unos fundamentos bajo la perseverancia y el aprendizaje continuo y más aún cuando dicha empresa mantiene conceptos, miedos y percepciones tradicionales sobre las nuevas formas de comunicarse en el mundo, por esta razón, se deja los cimientos a la empresa sobre cómo incursionar en estas plataformas, los recursos que se necesitan y cuál es la manera adecuada gestionar y darle vía libre a sus objetivos.

Por otra parte, se dejó un estudio a sus grupos de interés como comunidades conformadas por el Líbano, Caño Sánchez, La Curva, Aguas Blancas y Candelía, siendo estas zonas de influencia directa, así también se deja un estudio interno a trabajadores que actualmente cuenta con más de 700 trabajadores activos. Estos estudios tienen enfoques como: la percepción que tienen del plan de comunicación que actualmente lleva a cabo el área de Comunicación de la compañía, si participaría en caso de que se implementara un nuevo plan de comunicación que conlleve la utilización de las nuevas plataformas digitales, las herramientas con las que cuenta para la utilización de estas plataformas, la red social con la que más interactúa y se informa de su entorno.

Luego de más de 6 meses de investigación en la empresa Palmas del Cesar S. A. se logró la creación de una propuesta de un Plan de Comunicación estratégica detallado para la implementación de las nuevas plataformas digitales, como ejecutarlas, cuáles utilizar, con que insumos y recursos podrían empezar a incursionar en ellas y cronograma de creación de contenidos.

Este proyecto ayudó también a fortalecer canales de comunicación ya utilizados por la compañía, como la actualización de las carteleras en las que se publican los boletines informativos, la enseñanza y la diagramación de piezas comunicativas, productos multimedia y boletines informativo en programas actualizados y profesionales para la creación de estos.

Asimismo, se logró en el desarrollo general del proyecto un legado para la empresa un Plan de Acción estratégica para las nuevas comunicaciones, guía de todo lo que debe tener en cuenta. Esto se presenta en un formato creativo con diversidad de ilustraciones, fotografías, vectores y demás elementos que permiten hacerlo fácilmente entendible y ejecutable en la compañía.

De esta forma, se inicia una nueva fase en los procesos de comunicación de la empresa, que tiene como propósito incursionar en este mundo de las redes sociales con el fin de posicionarse, dar a conocer los programas y proyectos de intervención que lleva a cabo en el sur del cesar, pero así también enfocados a sus pilares corporativos y todo lo que emergen de estos estos son: Nuestra gente, Núcleo Palmero, Comunidades y Ambientales.

## Capítulo 5. Conclusiones

Gracias al trabajo realizado se pudo conocer a profundidad, mediante un diagnóstico inicial, cómo se encontraba la empresa Palmas del Cesar S. A. en términos de comunicación interna y externa. Mediante una encuesta a directores y líderes de cada área de la compañía se pudo recolectar información importante para reconocer sus fortalezas, oportunidades y cuáles eran sus debilidades y amenazas en el campo comunicacional. Posterior a eso, se procedió a realizar el cruzamiento de la matriz DOFA de manera crítica para que los resultados fueran eficientes y así mismo encaminar el proyecto de investigación junto al sendero de las necesidades de Palmas del Cesar y sus objetivos corporativos.

Cómo efecto de lo anterior dicho, dio la necesidad urgente de implementar un nuevo plan de comunicación estratégica donde se incorporare las nuevas plataformas digitales enfocados a las herramientas tecnológicas y plataformas con las que tienen mayor interactividad y cómo se manejan en ellas los grupos de interés de la compañía, pero además también el tráfico de diseño de contenidos comunicacionales fueran orientados a los pilares corporativos, pues estos le apuntan a una palmicultura socialmente responsable, ambientalmente sostenible y económicamente rentable.

Por último, se logró precisar razonablemente los temas, boletines, secciones y la estructuración del plan de acción teniendo en cuenta las ideas, aportes y sugerencias del Área de Comunicación en compañía de la directora de la Dirección de Gestión Humana (DGH) departamento a la que pertenece el área de comunicaciones, que permitió diseñar una estrategia razonable a sus intereses.

## Capítulo 6. Recomendaciones

Palmas del Cesar S. A. es una compañía con un radio de influencia muy importante en el desarrollo social, local y regional, con una influencia directa en corregimientos de San Alberto y San Martín, como Líbano, Caño Sánchez, Minas, La Curva, Aguas Blancas y Candelia. Dentro de estos también hacen parte los más de 700 trabajadores de la compañía que brindan información y participan diariamente de los procesos internos de la empresa. Por tal razón, es fundamental la implementación de la propuesta de un plan de comunicación estratégica en la empresa Palmas del Cesar S. A. que les permitan manejar una comunicación asertiva que tiene como base el diálogo social,

De igual manera, se recomienda la implementación de las plataformas más importante para los grupos de interés y así ir incursionando en todas establecidas por este plan estratégica como de vital importancia para el desarrollo comunicacional en la empresa en cuanto a las nuevas formas de comunicar.

Es importante resaltar la necesidad de extender los recursos humanos, tecnológicos y económicos para el desarrollo natural y eficiente al incursionar en este nuevo mundo de las comunicaciones. Por último y no menos importante se le recalca al equipo de comunicaciones de la empresa realizar siempre estudios ya sean mensuales o trimestrales sobre los alcance, interactividad y crecimiento de los nuevos canales de comunicación.

## Referencias

A, P. d. (s.f.). San Alberto, Cesar.

ACIS. (2020). Obtenido de Asociación Colombiana de Ingenieros en Sistemas:  
<https://acis.org.co/portal/content/noticiasdeinteres/uso-de-las-redes-sociales-en-colombia-creci%C3%B3-un-114-en-2020#:~:text=en%202020%20%7C%20ACIS-,Uso%20de%20las%20redes%20sociales%20en,un%2011%2C4%25%20en%202020&text=El%20n%C3%BAmero%20de%20usuarios%2>

Chávez, A. A. (2017). La Importancia de las Redes Sociales en el Marketing de una Compañía. *Espíritu Emprendedor TES* .

Constitución Política de Colombia. (1991). *Capítulo 1 de los derechos fundamentales - Artículo 20 de la Constitución Política de Colombia*. Bogotá.

Díaz, L., Torruco, U., Martínez, M., & Varela, M. (mayo de 2013). *Investigación en educación media* . Obtenido de Scielo :  
[http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2007-50572013000300009#:~:text=La%20entrevista%20semiestructurada&text=Contar%20con%20una%20gu%C3%ADa%20de,y%20la%20literatura%20del%20tema.&text=Elegir%20un%20lugar%20agradable%20que,la%20entrev](http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2007-50572013000300009#:~:text=La%20entrevista%20semiestructurada&text=Contar%20con%20una%20gu%C3%ADa%20de,y%20la%20literatura%20del%20tema.&text=Elegir%20un%20lugar%20agradable%20que,la%20entrev)

Flores, J. J., Morán, J. J., & Rodríguez, J. J. (2009). LAS REDES SOCIALES. *Universidad de San Martín de Porres - USMP*, 3.

Flórez, E. P. (2020). *Transformación digital en los medios*. Bogotá.

Granchelli, A. (28 de abril de 2017). *Confianza y Responsabilidad Social Corporativa*. Obtenido de Granchelli & asociados abogados:  
<https://granchelli.org/2017/04/28/confianza-y-responsabilidad-social-corporativa/#:~:text=Es%20la%20confianza%20el%20elemento,de%20tiempo%20y%20de%20dinero>.

Hernández, M., de Haro, M. V., & Grandío, M. d. (2012). Impacto de las redes sociales en los procesos de comunicación. *Historias en Red - Universidad de Murcia*.

HubSpot. (21 de 12 de 2020). *¿Qué es la comunicación empresarial?* Obtenido de HubSpot: <https://blog.hubspot.es/marketing/comunicacion-empresarial#:~:text=Es%20el%20conjunto%20de%20procesos,ventas%20y%20atenci%C3%B3n%20a%20clientes>).

Organización Internacional del Trabajo. (s.f.). *Diálogo social*. Obtenido de Organización Internacional del Trabajo: <https://www.ilo.org/ifpdial/areas-of-work/social-dialogue/lang--es/index.htm>

Palmas del Cesar S. A. (s.f.). *Misión* . San Alberto, Cesar.

Palmas del Cesar S. A. (s.f.). *Objetivo de la empresa*. San Alberto, Cesar.

Palmas del Cesar S. A. (s.f.). *Visión* . San Alberto, Cesar.

Palmas del Cesar S. A. ((s.f)). *www.palcesar.com*. Obtenido de <https://palcesar.com/nosotros/>

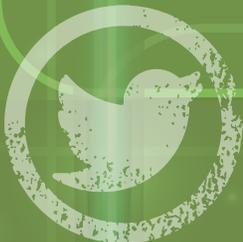
senado, S. y. (14 de junio de 1994). *Secretaría general del senado*. Obtenido de [http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley\\_0138\\_1994.html](http://www.secretariasenado.gov.co/senado/basedoc/ley_0138_1994.html)

Steil, T. (25 de Junio de 2021). *Userlike*. Obtenido de Userlike: (<https://www.userlike.com/es/blog/estadisticas-whatsapp#whatsapp-nutzer-altersgruppen>)

## **Apéndices**

- A. Crear una propuesta de un plan de comunicación estratégica externo en la que se plantee el uso de las nuevas tecnologías de la información en la empresa Palmas del Cesar S. A.**

# PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA PARA EL USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN **PALMAS DEL CESAR S. A.**



# **CREACIÓN DE UNA PROPUESTA PARA UN PLAN DE COMUNICACION ESTRATÉGICA PARA EL USO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN EN PALMAS DEL CESAR**

---

PROPUESTA PARA LA EMPRESA  
**PALMAS DEL CESAR S. A.** EN LAS QUE SE  
IMPLEMENTE EL USO DE LAS NUEVAS  
**TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN**



*palmas del cesar*

## AUTORES

**Julio Cesar Ospino Navas**

Comunicador social

- Diseño
- Diagramación
- Ilustración
- Impresión

**Danyth Fandiño Lerma**

- Directora de proyecto
- Redacción

23/10/2022

**El Banco Magdalena**

Carrera 20 #10-12 - Barrio  
Pueblo Nuevo

Celular: 3013679641

# CONTENIDO

- 1** | Agradecimientos
- 2** | Introducción
- 3** | ¿Quiénes somos?
- 4** | Pilares corporativos
- 5** | Matriz DOFA
- 6** | Matriz DOFA
- 7** | Objetivos del plan – Público objetivo
- 8** | Mensaje – Canales
- 9** | ¿Por qué aparecer en las redes sociales?
- 10** | ¿Qué redes usar?
- 11** | ¿Qué redes usar?
- 12** | Recursos
- 13** | Recursos materiales
- 14** | Cronograma de actividades
- 15** | KPI
- 16** | KPI
- 17** | ¿Cómo proceder?
- 18** | Tasa de la crecimiento de audiencia
- 19** | Alcance de la publicación
- 20** | Plan de acción
- 21** | Plan de acción para Facebook
- 22** | Plan de acción para Instagram
- 23** | Plan de acción para YouTube
- 24** | Plan de acción para WhatsApp
- 25** | Plan de acción para LinkedIn



## INTRUDUCCIÓN

**E**n el presente trabajo se diseñó un plan de acción estratégico externo en la que se guía de manera muy detallada a la empresa Palmas del Cesar S. A. sobre cómo puede incursionar en las nuevas tecnologías de la información y así gestionar las nuevas plataformas digitales que le permitan a la compañía cumplir con sus objetivos corporativos con participación, interacción y una comunicación unidireccional a su target.

Por otra parte, se detallan temas para la correcta utilización de estas, tales como: la importancia de una comunicación asertiva, cuáles canales de comunicación externos que se deberían utilizar según los hallazgos que arrojaron las encuestas realizadas a los distintos grupos de interés de la compañía, explicación minuciosa y detallada de géneros periodísticos, formatos multimedia y demás que permiten dar una mejor visión, gestión y aprovechamiento de estas nuevas formas de comunicación. En general, el contenido de este documento busca guiar y acompañar a la empresa antes mencionada a incursionar a este nuevo universo digital.

Para diseñar todo el plan estratégico de comunicación, se desarrolló una investigación y búsqueda de información con los distintos actores que emergen en el área de este nuevo mundo digital con la empresa como lo son los pilares corporativos y entre ellos están: Nuestra gente, Comunidades, Núcleo palmero y Ambiental.

Palabras claves: redes sociales, social media, plataformas digitales, posicionamiento, comunicación asertiva, formatos, publicidad, multimedia, audiovisual, estrategia, comunicación, target, comunicación empresarial.

**Julio César Ospino Navas**

Comunicador social





## ¿QUIÉNES SOMOS?

Según consta en la página web de Palmas del Cesar S.A. (s.f.) nació como una empresa en el año 1960. Su creación fue 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. 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.

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 reorganizarse 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.

Esta organización ha creado las condiciones para adaptarse a los cambios y a los nuevos desarrollos gracias a una filosofía administrativa adecuada a las exigencias que se imponen en el moderno mundo empresarial. Directivos, asesores, ingenieros, tecnólogos en diferentes especialidades, personal calificado, trabajadores de campo, planta extractora, y servicios generales conforman una gran familia que día a día enfrenta el desafío de un mejor mañana, sembrando el presente con su fuerza laboral y su compromiso indeclinable de cumplir cabalmente con las responsabilidades.

Actualmente, se encuentra ubicada en el Km 113 vía al mar en el corregimiento de Minas, del municipio de San Martín, sur del Cesar, y cuenta con 11.145 hectáreas de palma sembrada. Además, posee un núcleo palmero de 319 proveedores de fruta fresca, como también dos plantas de beneficio que producen aceite crudo de palma y de palmiste, certificados internacionalmente con el sello de sostenibilidad por la RSPO (Roundtable for Sustainable Palm Oil), contribuyendo así con el incremento de la producción nacional de aceite de palma.

**Misión:** desarrollar una palmicultura responsable y sostenible, buscando siempre la excelencia con el fin de producir los mejores frutos para el progreso. código de ética y buen gobierno de Palmas de Cesar. (Palmas del Cesar S. A., (s.f))

**Visión:** ser el mejor referente dentro de la actividad palmera nacional y se reconozca la forma responsable en que se ha hecho de la palma una fuente de progreso y desarrollo regional. Código de ética y buen gobierno de Palmas del Cesar. (Palmas del Cesar S. A., (s.f))

### PILARES CORPORATIVOS.

- **Nuestra Gente:** este pilar está enfocado a todos los trabajadores, contratistas, practicantes que tenga un vínculo laboral con la compañía.
- **Nuestro núcleo palmero:** de este núcleo hace parte todo el gremio de proveedores de fruta de la compañía y se segmentan en grandes, medianos y pequeños proveedores de fruto de aceite palma que trabajan junto con la compañía, a estos la empresa mantiene distintos programas y profesionales que le hacen un seguimiento y capacitación en los procesos de la agricultura y el avanzado de los cultivos, todos estos enfocados a una palmicultura sostenible.
- **Comunidades:** las comunidades son un pilar muy importante para la empresa pues son los grupos sociales en que Palmas del Cesar tiene influencia directa e indirectamente, son familias que de una u otra forma están ligado a los trabajadores y al oficio de la palmicultura.
- **Ambiental:** este es un pilar muy importante para la vida humana, para la sociedad, el cuidado y preservación del medio ambiente.



# MATRIZ DOFA

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Incursionar en los procesos comunicativos a través de las redes sociales.</li> <li>2. Mejorar el posicionamiento a nivel regional y nacional.</li> <li>3. Generar más credibilidad y confianza en las zonas de influencia por medio de la divulgación de actividades y logros.</li> <li>4. Llegar a clientes potenciales por medio de la utilización de las nuevas plataformas.</li> <li>5. Extender relaciones a nuevas organizaciones de interés.</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Nacimientos de empresas palmicultoras en la región y que ganen confianza por medio de las nuevas comunicaciones.</li> <li>2. Paralización de procesos debido a situaciones sanitarias externas.</li> <li>3. Descontento en las comunidades de las zonas de influencia.</li> <li>4. No diferenciarse de la competencia en términos de comunicación.</li> <li>5. Riesgo de parecer una empresa atrasada en el tiempo por el poco uso de las nuevas tecnologías de la información y las comunicaciones.</li> </ol>
FORTALEZAS	F-O	F-A
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Cuenta con un área de Comunicaciones.</li> <li>2. Cuenta con software necesario para la creación y producción de contenidos multimedia que se difundirían por otras plataformas como redes sociales.</li> <li>3. Herramientas de las tecnologías de información necesarias para la producción de comunicación de la compañía como celular, computadores avanzados, cámara, micrófono, trípode, etc.</li> <li>4. Acceso a la información de las diferentes actividades que se realizan de manera interna y externa.</li> <li>5. Contenido de valor desde la Federación Nacional de Palmicultores.</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crear un plan comunicativo para las redes sociales que más utilicen los trabajadores y las comunidades donde tiene influencia la compañía.</li> <li>- Crear contenido multimedia de las actividades de intervenciones sociales y de los procesos que lleva PalCesar.</li> <li>- Crear una sección con producto multimedia sobre historias de vida de un trabajador y de una persona de las comunidades cada 15 días.</li> <li>- Crear contenido multimedia que sean enfocadas a conseguir clientes y mostrar los productos que genera la empresa según la información suministrada de las diferentes áreas.</li> <li>- Buscar relacionar a organizaciones con la empresa para apoyar distintos procesos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Fortalecimiento de la estrategia de comunicación externa, generar confianza con las comunidades.</li> <li>- Difundir información de bioseguridad en la empresa en caso de una emergencia sanitaria.</li> <li>- Mostrar en las plataformas utilizadas por Palmas del Cesar su responsabilidad social empresarial, los aportes al desarrollo local y regional.</li> <li>- Segmentar por temática y secciones las distintas actividades y procesos en la compañía dependiendo las plataformas digitales utilizadas.</li> <li>- Aprovechamiento de los aportes desde Fedepalma, para automatizar los contenidos para las nuevas plataformas digitales.</li> </ul>

## DEBILIDADES

## D-O

## D-A

1. Mantener los medios de comunicación tradicionales.
2. Mínima interacción comunicativa con la sede Bucaramanga.
3. Poco Talento humano para el área de Comunicaciones.
4. Mínima comunicación con las comunidades de las zonas de influencia.
5. Comunicación comercial tradicional.

-Realizar estudios sobre la necesidad de utilizar las redes sociales en la compañía.

-Dar mayor participación a los trabajadores en la sede en Bucaramanga sobre los procesos de venta.

-Divulgar con hipervínculos en las distintas plataformas digitales las actividades y proyectos que aporten al desarrollo local para generar más confianza y credibilidad.

-Desarrollar campaña publicitaria en redes donde participe las comunidades y trabajadores sobre la confiabilidad de los productos.

Crear canales de atención en las redes sociales donde se busque relacionar con organizaciones, clientes, proveedores, ong, fundaciones, etc.

-Identificar la red social con la que más interactúe los trabajadores y las comunidades de influencia de la compañía y que vaya alineada con los objetivos de Palmas del Cesar.

-Espacio de difusión de información directa con la sede Bucaramanga en caso de emergencia de cualquiera índole.

-División de cargos por plataformas digitales utilizadas para generar un Tv Empálmate Informativo e informar a las comunidades.

-Crear un boletín informativo trimestral para las comunidades donde se informe sobre las actividades que ha llevado a cabo la compañía de su interés.

-Desarrollar acciones o concursos con el público objetivo que permitan dinamizar las redes y demás plataformas que se utilizan.



## OBJETIVOS DEL PLAN

### a. Objetivo general

Posicionar a Palmas del Cesar a través del uso de las nuevas tecnologías como una empresa que desarrolla una palmicultura responsable y sostenible, buscando siempre la excelencia con el fin de producir los mejores frutos para el progreso.

### b. Objetivos específicos

- Crear las redes sociales de la empresa Palmas del Cesar.
- Ejecutar un plan de acción para el uso de las redes sociales.
- Crear KPIs para la evaluación del plan de comunicaciones estratégico.



## PÚBLICO OBJETIVO

En este plan estratégico de comunicaciones tenemos diversos públicos objetivos o Stateholders entre los que encontramos a los trabajadores, que son nuestros principales promotores y voceros. Son ellos los encargados de mostrar el trabajo que se hace desde el interior en Palmas del Cesar, tenemos a nuestros proveedores que son a quienes queremos seguir vinculando de manera proactiva y a nuestros clientes, que son nuestro público más diverso y complejo. Queremos convertir a nuestros clientes en voceros de nuestra empresa para crear el posicionamiento deseado.





## CANALES

El 71% de la población utiliza una red social todos los días. El 88% de los consumidores dicen que es más probable que compren una marca después de leer las reseñas de otros en las redes sociales.

De hecho, en comparación con un correo electrónico o un sitio web de la empresa, las redes sociales son el canal de comunicación preferido para dar opiniones y comentarios sobre los productos.

Con cada uno de estos argumentos, podemos ver la importancia de las redes sociales en la actualidad y el impacto que una presencia en ellas puede tener en un negocio.

## MENSAJE

El mensaje que se desea enviar a nuestro público objetivo es que somos una empresa que tiene como misión desarrollar una palmicultura responsable y sostenible, buscando siempre la excelencia con el fin de producir los mejores frutos para el progreso. Garantizando el cumplimiento de los planes de producción y de ventas establecidos, brindando una adecuada asistencia técnica a los proveedores de racimo de fruta fresca, para mantener una relación mutuamente beneficiosa basada en la confianza, lealtad y satisfacción de sus necesidades y expectativas.

De esta manera se asegurará la satisfacción de los clientes y demás partes interesadas mediante el cumplimiento de sus necesidades y expectativas, a través de la prevención, control y mitigación de los impactos negativos ambientales y sociales derivados de las actividades desarrolladas en la compañía y promover los positivos.



## ¿POR QUÉ APARECER EN LAS REDES SOCIALES?

Hay 3 beneficios principales que las redes sociales pueden traer a las empresas al usarlas como un canal de comunicación empresarial:

- Mejorar la imagen de marca – Crear un perfil en una red social puede mejorar la imagen de la empresa, dar a conocer la marca y darla a conocer a los clientes potenciales. Esto crea una mayor visibilidad para la empresa al brindar la capacidad de distribuir el contenido creado a una gran audiencia. Le permite infundir confianza, presentar nuevos productos y entablar conversaciones fácilmente a través del canal de comunicación preferido de sus clientes.
- Genere clientes potenciales: una vez que haya captado la atención de un cliente potencial, puede dirigirlo desde su perfil de redes sociales a su sitio web para descubrir todos sus productos y, en última instancia, comprarles. Esto se logra para socializar el proceso de compra. Al comenzar a través de su canal de comunicación preferido, los consumidores están mucho más dispuestos a completar la compra y no abandonar el carrito a mitad de camino.
- Aumentar el tráfico web: en general, este es el objetivo principal por el que se esfuerza cada empresa con su estrategia de marketing digital. El aumento del tráfico de las redes sociales al sitio web se puede lograr generando contenido, aumentando el número de seguidores e involucrándolos.



FOTOGRAFÍA DEL BANCO DE IMAGEN DE CANVA



# GENERADORES DE ESPERANZA

FOTOGRAFÍA DEL BANCO DE IMAGEN DE PALMAS DEL CESAR S. A.

## ¿QUÉ REDES USAR?

¿Todavía no sabes por dónde empezar? Primero, necesitas saber cuál de las redes sociales se adapta mejor a tu marca y qué público es tu target principal. Dependiendo de la red social que elija, su contenido y autopromoción variarán según la plataforma y lo que los consumidores esperan de ella. Algunas de las mejores redes sociales para empezar son:



### Facebook:

La red social más popular, utilizada por más de 2 mil millones de personas cada mes. Y los números no solo son impresionantes desde la perspectiva del consumidor, en 2020 un total de 80 millones de pymes tenían una página de Facebook y 10 millones usaron la plataforma de publicidad paga de Facebook para su propia publicidad.

### Instagram

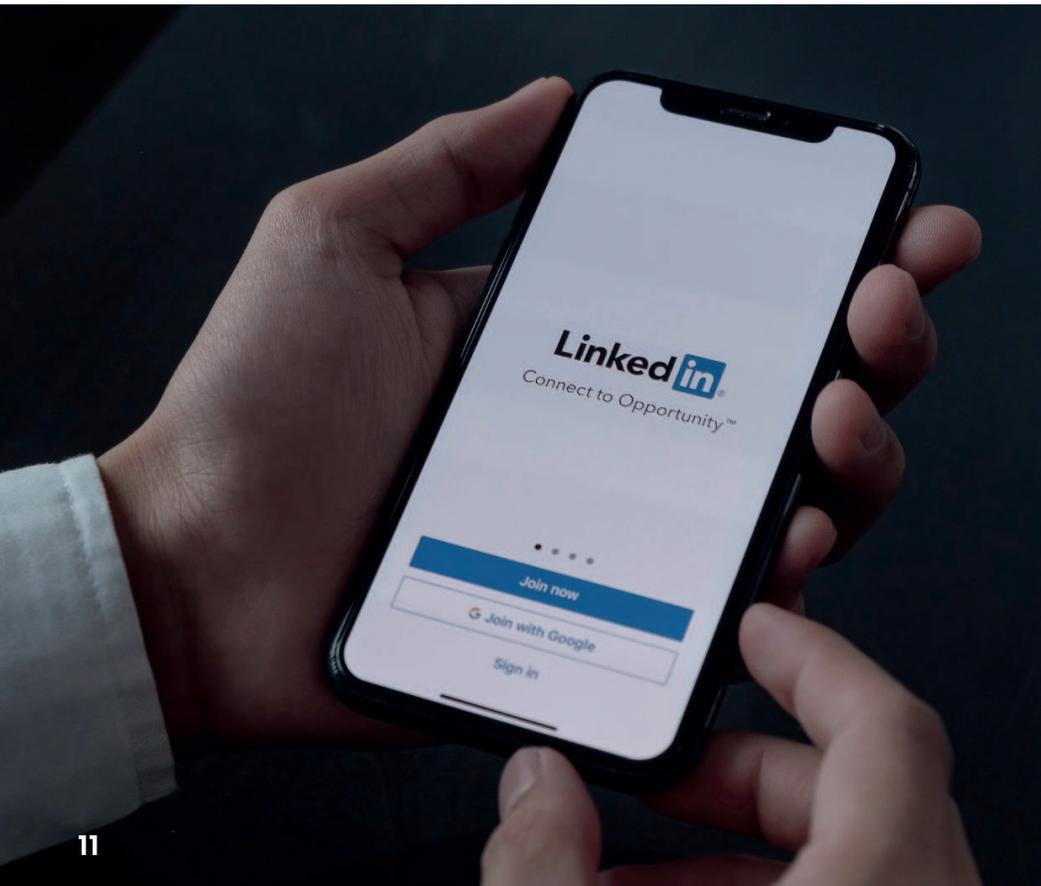
Esta es una red social y una app al mismo, que se consolida como una de las redes sociales con mayor crecimiento en el mundo con más de 2 millones de usuarios activos con gran cantidad de herramientas y posibilidades como: reel, publicaciones, historias, historias destacadas, transmisión en directo, una guía muchísimas más que pueden permitir a una empresa posicionarse en el mercado si elabora de manera adecuada un plan de acción para esta plataforma.

### YouTube:

Es el segundo canal de redes sociales más popular después de Facebook y el segundo motor de búsqueda más grande después de Google. YouTube se puede considerar como una plataforma de redes sociales que se enfoca en compartir videos, lo que la convierte en una de las mejores formas de llegar a grandes audiencias mediante la creación de videos como seminarios web, tutoriales o videos promocionales de sus productos.

## WhatsApp

Esta es una app de mensajería instantánea y se mantiene a nivel mundial como la cuarta app con más descargas en el mundo, esta permite innumerables herramientas para una organización como: llamadas online, automatizar, organizar y responder con rapidez, enviar archivos multimedia, que le permite a una compañía tener una comunicación más humana y cercana con sus grupos de interés.



## LinkedIn

Esta red social está más orientada a profesionales y es un poco más seria que otras plataformas. Ha evolucionado de una plataforma simple para encontrar trabajos y compartir su currículum a un lugar donde los profesionales pueden encontrar información comercial y compartir sus logros laborales. La comunicación es principalmente B2B porque cuando una persona navega por LinkedIn su principal interés es su vida laboral tratando de mejorar su trabajo o negocio.

Plan de acción. (Cada cuánto se publicará en las redes, esto podríamos ajustarlo a lo que tenemos de frecuencia de publicación).



## RECURSOS MATERIALES:

Los recursos físicos son todos los insumos, materias primas, equipos, maquinarias, herramientas y todos los elementos físicos necesarios para completar el proceso productivo de la empresa.

En Palmas del Cesar tenemos los siguientes:

- Monitor Janus para monitoreo.
- Dos altavoces marca DELL y otro Asus.
- Los de limpiezas para cámaras y dispositivos.
- Bolsos para cámaras.
- Flex reflector de luz.
- Lámpara led para cámaras.
- Cinco baterías para cámaras.



- Dos cámaras profesionales Nikon 7200 Hd - Nikon 7500 4K.
- Micrófono de grabación profesional para cámara.
- Dos micrófonos de solapa.
- Dos trípodes para cámara y celular.
- Tarjetas para cámara dos una de 8gb y otra de 4 gb.
- Dos computadores de mesa Janus Core i7 con un Intel.
- Portátil Asus Core i7 con un Intel.



## CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PARA LA CREACIÓN DE LOS CONTENIDOS EN REDES SOCIALES DE PALMAS DEL CESAR

Cronograma de actividades												
Actividad	Responsable	Tiempo										
		Mes 1			Mes 2			Mes 3				
Creación de los copys para los artes gráficos.	Equipo de comunicaciones.	█										
Diseño de los artes para redes sociales.	Equipo de diseño.	█										
Creación de guiones para videos corporativos de servicios de Palmas del Cesar.	Equipo de comunicaciones.		█									
Grabación de las tomas para la creación de los videos corporativos de servicios de Palmas del Cesar.	Equipo de grabación.		█									
Edición de videos.	Equipo de edición.			█								
Creación de la parrilla de publicación para redes.	Equipo de comunicaciones.				█	█						
Publicación de los contenidos audiovisuales en redes sociales.	Equipo de comunicaciones.					█	█	█	█	█	█	█
Evaluación de los KPIs.	Equipo de comunicaciones.											█

# LOS KPI TIENEN CIERTAS CARACTERÍSTICAS QUE LOS CONVIERTEN EN ESTADÍSTICAS CONFIABLES:



# KPI

**A**

**Alcanzable:** Porque las metas establecidas son verdaderas.



**B**

**Medible:** Significa que hay una manera de comprobar la calidad.



**C**

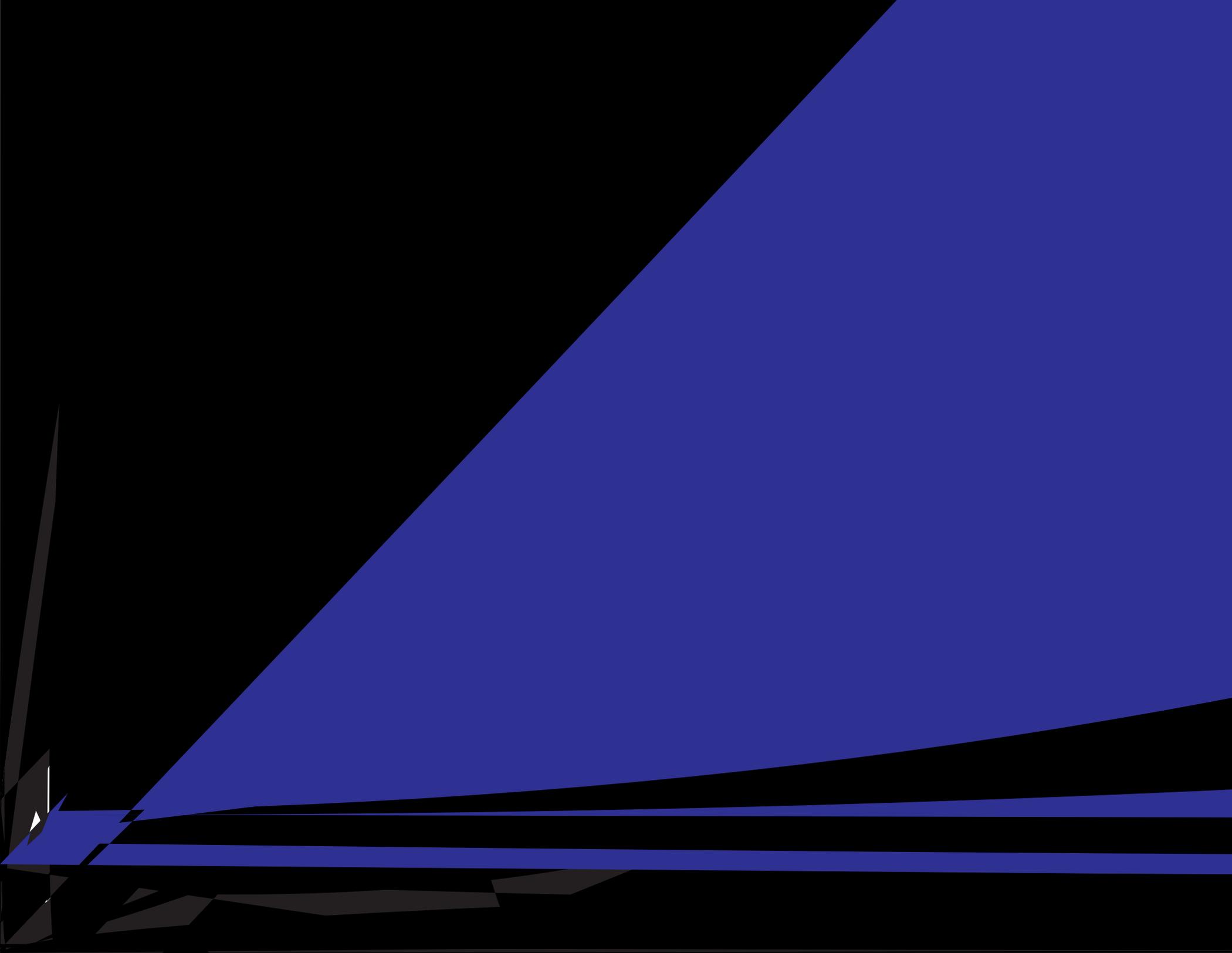
**Relevante:** Es importante que la empresa considere e influya en el crecimiento de la empresa.



**D**

**Periódico:** Porque se puede medir repetidamente, en diferentes momentos.

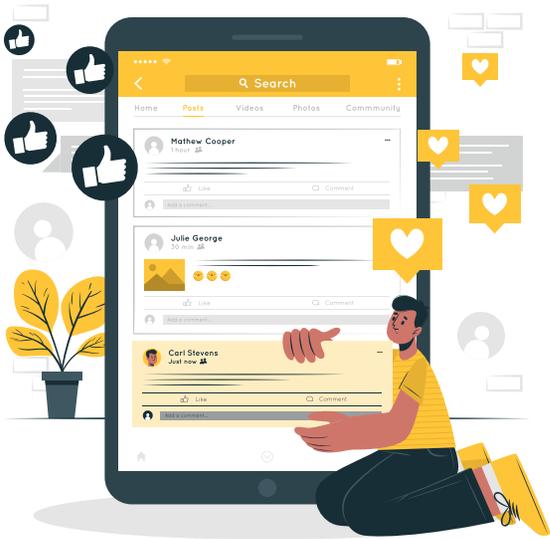




## ¿CÓMO PROCEDER?

# 1

Determina el número de impresiones de una publicación determinada en una plataforma determinada.



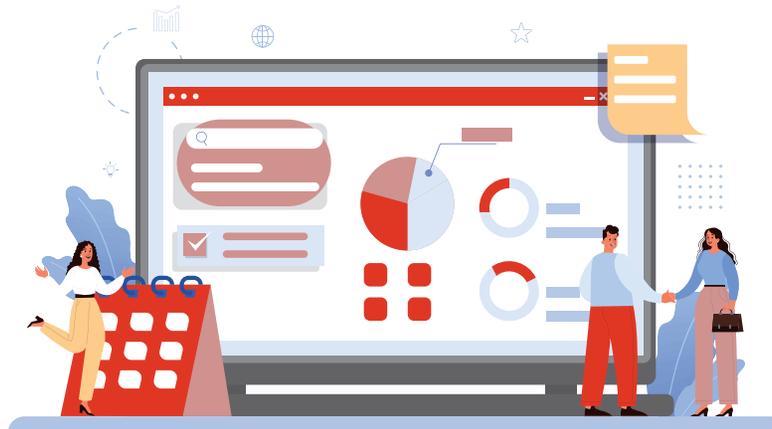
# 2

Define el período de tiempo que se medirá para la elaboración de informes, ya sea por semana, mes o trimestre.



# 3

Compare sus resultados con períodos anteriores para identificar tendencias.



## TASA DE CRECIMIENTO DE LA AUDIENCIA



**¿CUÁL ES LA TASA DE CRECIMIENTO DE LAS REDES SOCIALES?**

**NO SE TRATA DE TAMAÑO, SE TRATA DE QUÉ TAN RÁPIDO CRECE Y ANALIZAR SI FUE MÁS RÁPIDO QUE LOS MESES ANTERIORES.**

- ▲ Verificar la cantidad de nuevos seguidores en una plataforma en particular cada mes.
- ▲ Dividir ese número por tu audiencia total para encontrar tu tasa de crecimiento.
- ▲ Luego se divide por 100.
- ▲ Luego se compara con el mes pasado para ver las diferencias.

## ALCANCE DE LA PUBLICACIÓN



**¿CUÁNTAS PERSONAS HAN VISTO LA PUBLICACIÓN DESDE QUE SE PUBLICÓ? ESE ES EL ALCANCE DE LA PUBLICACIÓN.**

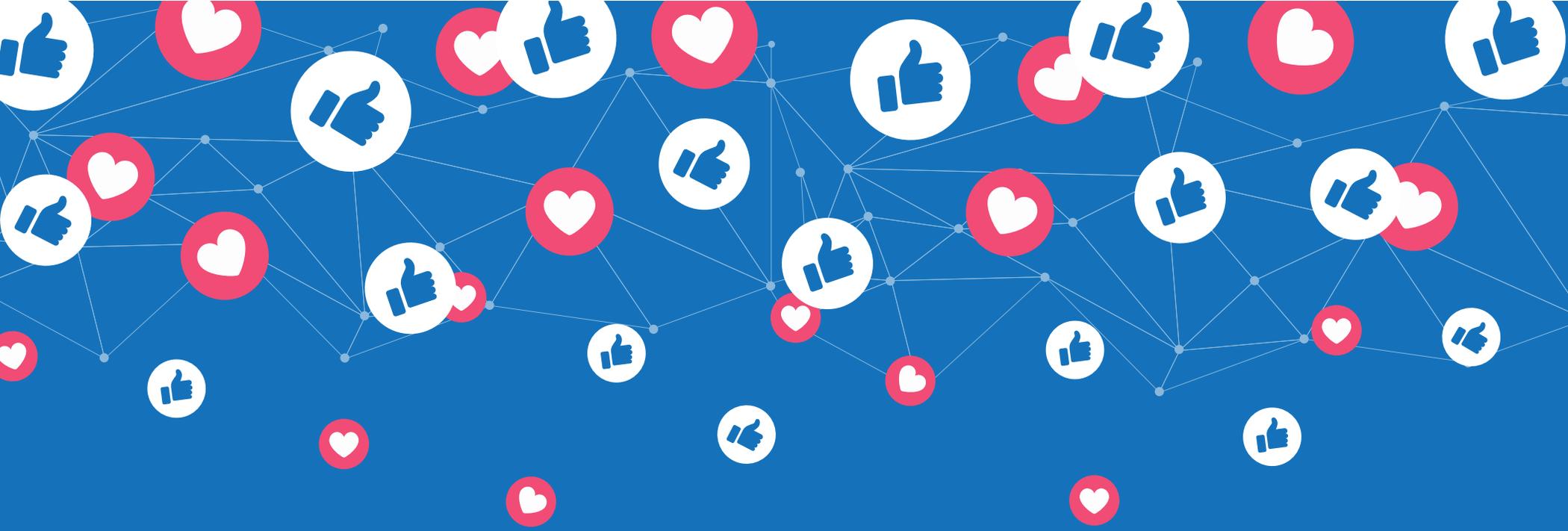
**PARA ESTE KPI, SE MIDE QUÉ Y CUÁNDO SE PUBLICA. ¿CÓMO DARLE SEGUIMIENTO?**

- Identificar la publicación que se desea medir.
- Determinar cuántas personas han visto su publicación (alcance).
- Dividir el alcance por el número total de seguidores.
- Multiplicar por 100.
- Comparar con otras publicaciones del mismo período, etc.



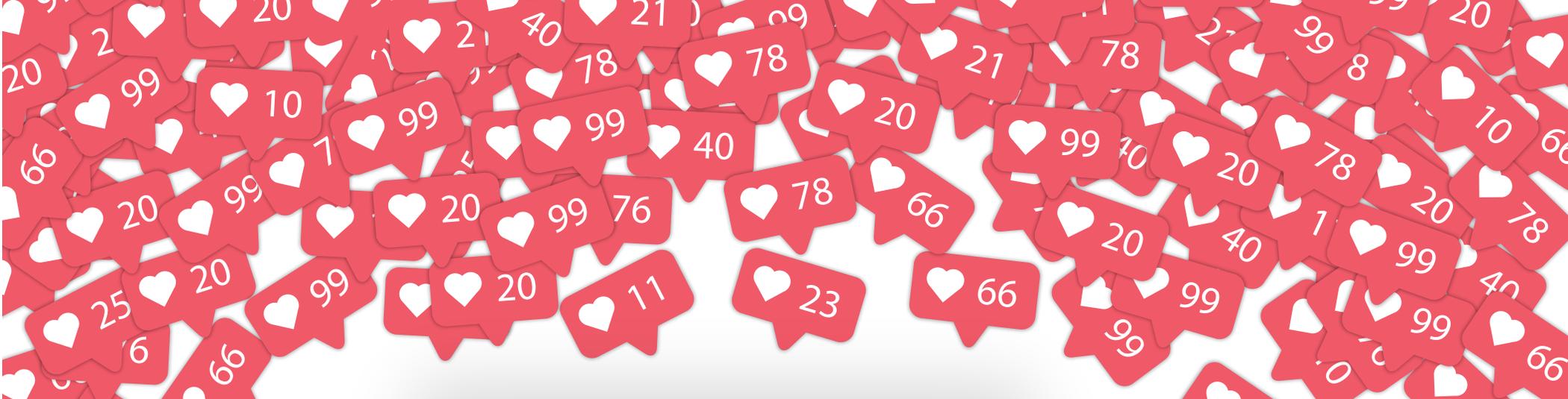
# PLAN DE ACCIÓN

FOTOGRAFÍA DEL BANCO DE IMAGEN DE PALMAS DEL CESAR S. A.



facebook

Fecha de publicación	Hora	Temática	Descripción	Tipo de contenido	Objetivo de la publicación	# de publicaciones	Estado de publicación
Lunes 01/11/22	8:00 am	Apertura de la red Social	Gran apertura de la empresa Palmas del Cesar en la red social.	Video Institucional y flyer llamativo	Generar confianza en la red social	2	Pendiente
Martes 02/11/22	10: 00 am	Cultura Organizacional	Creación de una infografía con los comités que existen en la compañía, que maneje los colores corporativos.	Infografía - Historia	Informar sobre los organismos creados en la compañía	2	Pendiente
Miércoles 03/11/22	11:00 am	Pilares corporativos	Informas cuáles son nuestros grupos de interés.	Video animado	Dar a conocer los grupos de interés de la compañía	1	Pendiente
Jueves 04/11/22	4:00 pm	Presentación	Historia dinámica que genere familiaridad con la red social	Historia	Generar familiaridad y darle una cara más humana a la compañía por medio de las redes sociales.	3	Pendiente
Viernes 05/11/22	6:00 pm	Presentación de las secciones a implementar semanalmente.	Creación de contenido audiovisual que presente los distintos	Integración de las herramientas brindadas por las plataformas	Contextualizar a la audiencia	3	Pendiente
Sábados 06/11/22	8:00 am	Presentación de la mascota de la compañía Cesar	Creación de material audiovisual del personaje Cesar, presentándose a la comunidad	Video animado	Familiaridad de la comunidad con la mascota de la compañía.	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	9:00 am	SST Informa	Flyer de la sección de SST informa (Noticia o información educativa para la comunidad digital)	Flyer	Informar y educar	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	2:0pm	Radioempálmate	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Boletín de radio	Informar y educar	1	Pendiente
Martes 09/11/22	9:00 am	Talento humano	Resaltar a los trabajadores de la empresa	Flayer	Resaltar el talento de los trabajadores	1	Pendiente
Martes 09/11/22	2:0pm	Radioempálmate	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Boletín de radio	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	9:00 am	Palmidato	Datos curiosos, médicos, saludables, económicos que se relacione en general con la palmicultura y la industria de Palmas del Cesar	Flyer	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	2:00 pm	Capsula de Cesar	Dato curioso, palabra del día, dato histórico y días especiales que lo comunique Cesar por medio de un contenido visual.	Flyer, infografía, video o radio empálmate	Educación, informar	1	Pendiente
Jueves 11/11/22	9:00 am	De la Palma a la mesa	Receta de la semana relacionada con el aceite de palma africana	Flyer	Educación	1	Pendiente
Jueves 11/11/22	2:00 pm	Sagrilaft	Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo	Flyer	Educación, informar	1	Pendiente
Viernes 12/11/22	9:00 am	Foto de la semana	Fotografías sociales, ambiental, fauna, flora, tomada por cualquier actor de la permacultura para resaltar nuestra	Foto del día	Participación y educar	1	Pendiente



Palmasdel\_Cesar



# Instagram

📍

📄

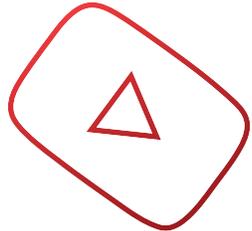
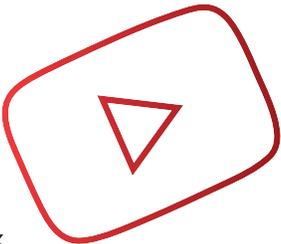
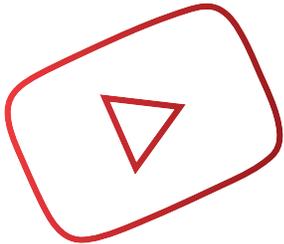
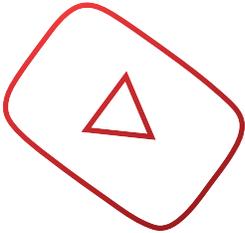
📧

📧

Fecha de publicación	Hora	Temática	Descripción	Tipo de contenido	Objetivo de la publicación	# de publicaciones	Estado de publicación
Lunes 01/11/22	8:00 am	Apertura de la red Social	Gran apertura de la empresa Palmas del Cesar en la red social	Video Institucional y flyer llamativo	Generar confianza en la red social	2	Pendiente
Martes 02/11/22	10: 00 am	Cultura Organizacional	Creación de una infografía con los comités que existen en la compañía, que maneje los colores corporativos.	Infografía - Historia - Carrusel	Informar sobre los organismos creados en la compañía	2	Pendiente
Miércoles 03/11/22	11:00 am	Pilares corporativos	Informas cuáles son nuestros grupos de interés.	Reel	Dar a conocer los grupos de interés de la compañía	1	Pendiente
Jueves 04/11/22	4:00 pm	Presentación	Historia dinámica que genere familiaridad con la red social	Historia	Generar familiaridad y darle una cara más humana a la compañía por medio de las redes sociales.	3	Pendiente
Viernes 05/11/12	6:00 pm	Presentación de las secciones a implementar semanalmente.	Creación de contenido audiovisual que presente los distintos	Integración de las herramientas brindadas por las plataformas	Contextualizar a la audiencia	3	Pendiente
Sábados 06/11/22	8:00 am	Presentación de la mascota de la compañía Cesar	Creación de material audiovisual del personaje Cesar, presentándose a la comunidad	Reel	Familiaridad de la comunidad con la mascota de la compañía.	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	9:00 am	SST Informa	Flyer de la sección de SST informa (Noticia o información educativa para la comunidad digital)	Flyer	Informar y educar	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	2:0pm	Radioempálmate	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Boletín de radio	Informar y educar	1	Pendiente
Martes 09/11/22	9:00 am	Talento humano	Resaltar a los trabajadores de la empresa	Flyer	Resaltar el talento de los trabajadores	1	Pendiente
Martes 09/11/22	2:0pm	Radioempálmate	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Boletín de radio	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	9:00 am	Palmidato	Datos curiosos, médicos, saludables, económicos que se relacione en general con la palmicultura y la industria de Palmas del Cesar	Carrusel	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	2:00 pm	Capsula de Cesar	Dato curioso, palabra del día, dato histórico y días especiales que lo comunique Cesar por medio de un contenido visual	Flyer, infografía, Reel o radio empálmate	Educación, informar	1	Pendiente



**YouTube**



Fecha publica

Lunes  
01/11/22



Presenta

esa

de

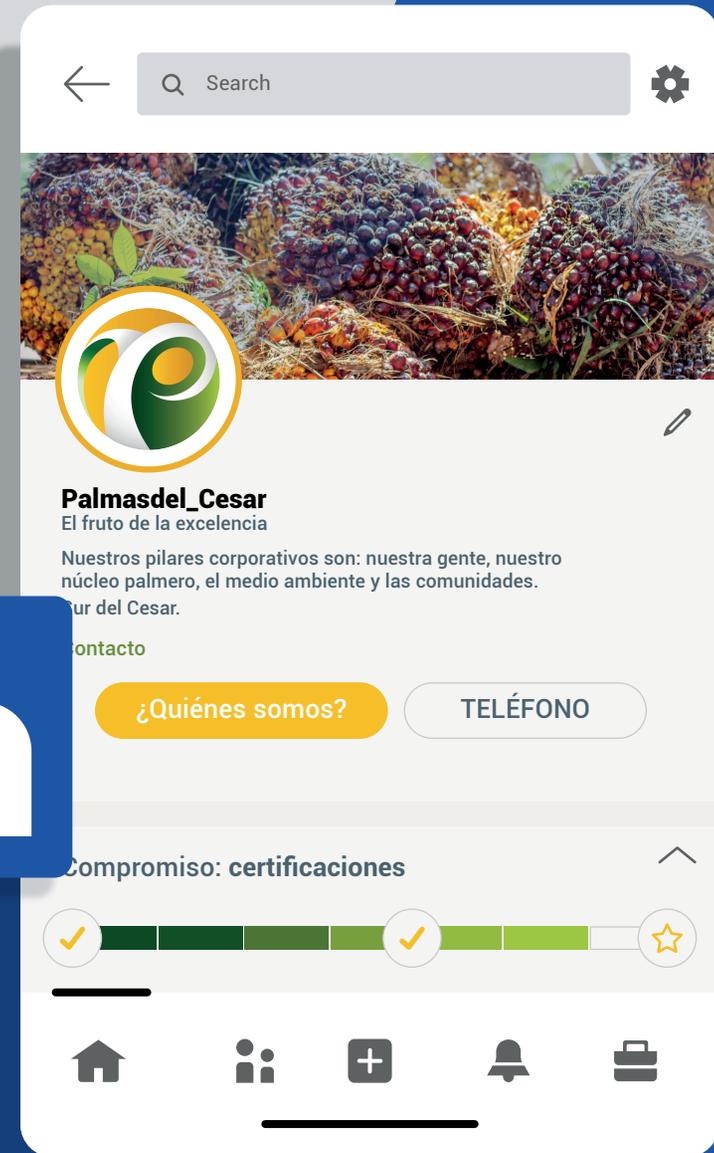
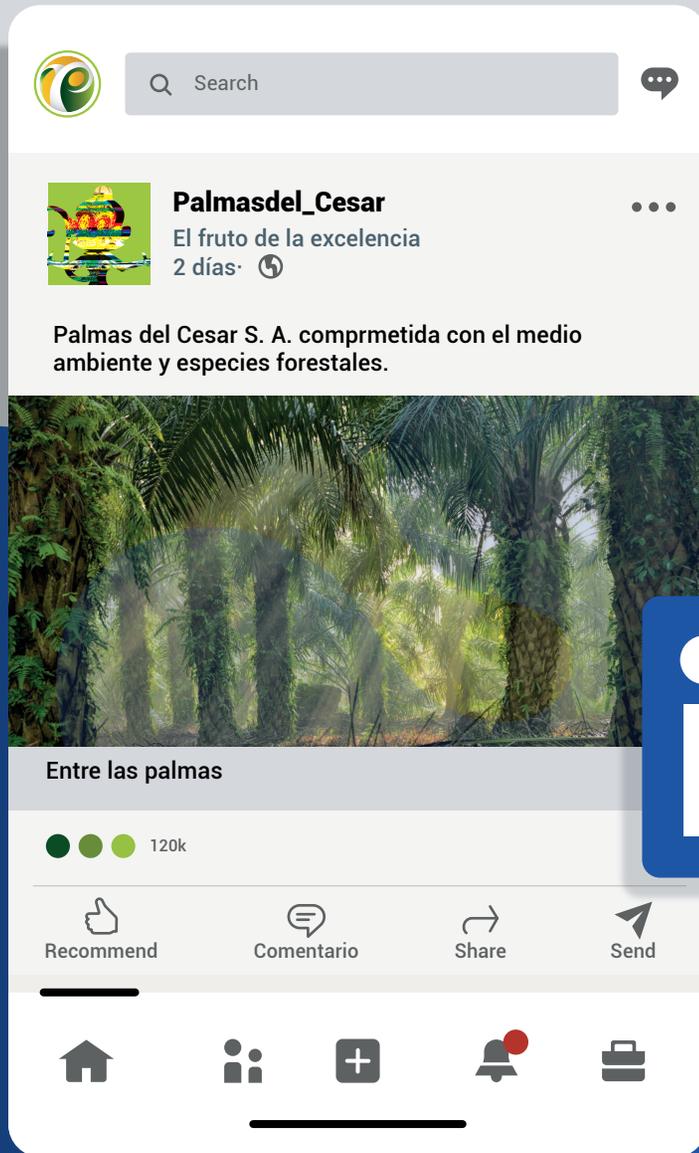
Presenta





Fecha de publicación	Hora	Temática	Descripción	Tipo de contenido	Objetivo de la publicación	# de publicaciones	Estado de publicación
Lunes 01/11/22	8:00 am	Apertura de la red Social	Gran apertura de la empresa Palmas del Cesar en la red social	Video Institucional y flyer llamativo	Generar confianza en la red social	2	Pendiente
Martes 02/11/22	10: 00 am	Cultura Organizacional	Creación de una infografía con los comités que existen en la compañía, que maneje los colores corporativos.	Infografía - Historia	Informar sobre los organismos creados en la compañía	2	Pendiente
Miércoles 03/11/22	11:00 am	Pilares corporativos	Informas cuáles son nuestros grupos de interés.	Video animado	Dar a conocer los grupos de interés de la compañía	1	Pendiente
Jueves 04/11/22	4:00 pm	Presentación	Historia dinámica que genere familiaridad con la red social	Historia	Generar familiaridad y darle una cara más humana a la compañía por medio de las redes sociales.	3	Pendiente
Viernes 05/11/12	6:00 pm	Presentación de las secciones a implementar semanalmente.	Creación de contenido audiovisual que presente las distintas secciones a implementar semanalmente	Integración de las herramientas brindadas por las plataformas	Contextualizar a la audiencia	3	Pendiente
Sábados 06/11/22	8:00 am	Presentación de la mascota de la compañía Cesar	Creación de material audiovisual del personaje Cesar, presentándose a la comunidad	Video animado	Familiaridad de la comunidad con la mascota de la compañía.	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	9:00 am	SST Informa	Flyer de la sección de SST informa (Noticia o información educativa para la comunidad digital)	Flyer	Informar y educar	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	2:0pm	Radioempálmate	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Boletín de radio – mp3	Informar y educar	1	Pendiente
Martes 09/11/22	9:00 am	Talento humano	Resaltar a los trabajadores de la empresa	Flayer	Resaltar el talento de los trabajadores	1	Pendiente
Martes 09/11/22	2:0pm	Radioempálmate	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Boletín de radio – mp3	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	9:00 am	Palmidato	Datos curiosos, médicos, saludables, económicos que se relacione en general con la palmicultura y la industria de Palmas del Cesar	Flyer	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	2:00 pm	Capsula de Cesar	Dato curioso, palabra del día, dato histórico y días especiales que lo comunique Cesar por medio de un contenido visual	Video – Historia	Educación, informar	1	Pendiente
Jueves 11/11/22	9:00 am	De la Palma a la mesa	Receta de la semana relacionada con el aceite de palma africana	Flyer	Educación	1	Pendiente
Jueves 11/11/22	2:00 pm	Sagrilaft	Sistema de Autocontrol y Gestión del Riesgo Integral de Lavado de Activos y Financiación del Terrorismo	Flyer	Educación, informar	1	Pendiente

# LinkedIn



Fecha de publicación	Hora	Temática	Descripción	Tipo de contenido	Objetivo de la publicación	# de publicaciones	Estado de publicación
Lunes 01/11/22	8:00 am	Apertura de la red Social	Gran apertura de la empresa Palmas del Cesar en la red social	Video Institucional y flyer llamativo	Generar confianza en la red social	2	Pendiente
Martes 02/11/22	10: 00 am	Cultura Organizacional	Creación de una infografía con los comités que existen en la compañía, que maneje los colores corporativos.	Infografía	Informar sobre los organismos creados en la compañía	2	Pendiente
Miércoles 03/11/22	11:00 am	Pilares corporativos	Informas cuáles son nuestros grupos de interés.	Video animado	Dar a conocer los grupos de interés de la compañía	1	Pendiente
Jueves 04/11/22	4:00 pm	Presentación	Historia dinámica que genere familiaridad con la red social	video	Generar familiaridad y darle una cara más humana a la compañía por medio de las redes sociales.	3	Pendiente
Sábados 06/11/22	8:00 am	Presentación de la mascota de la compañía Cesar	Creación de material audiovisual del personaje Cesar, presentándose a la comunidad	Video animado	Familiaridad de la comunidad con la mascota de la compañía.	1	Pendiente
Lunes 08/11/22	9:00 am	Convocatorias	Flyer de la sección de SST informa (Noticia o información educativa para la comunidad digital)	Flyer	Informar y educar	1	Pendiente
Martes 09/11/22	9:00 am	Talento humano	Resaltar a los trabajadores de la empresa	Flayer	Resaltar el talento de los trabajadores	1	Pendiente
Martes 09/11/22	2:0pm	Vacantes	Tip informativo de 4 noticias, actividades, eventos que se presenten en la compañía.	Flayer	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	9:00 am	Palmidato	Datos curiosos, médicos, saludables, económicos que se relacione en general con la palmicultura y la industria de Palmas del Cesar	video	Informar y educar	1	Pendiente
Miércoles 10/11/22	2:00 pm	Capsula de Cesar	Dato curioso, palabra del día, dato histórico y días especiales que lo comunique Cesar por medio de un contenido visual	Video	Educación, informar	1	Pendiente
Jueves 11/11/22	9:00 am	De la Palma a la mesa	Receta de la semana relacionada con el aceite de palma africana	video	Educación	1	Pendiente
Viernes 12/11/22	9:00 am	Lo que hacemos	Video que muestre los procesos y medidas de extracción de aceite	Video	Confianza	1	Pendiente



*palmas del cesar*



## PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA

PARA EL USO DE LAS NUEVAS  
TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN

EN PALMAS DEL CESAR S. A.