

**PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIONES EXTERNAS PARA EL COMITÉ
DEPARTAMENTAL DE CAFETEROS DE SANTANDER.**

**FABIÁN ANDRÉS RUEDA MIRANDA
COMUNICADOR SOCIAL - PERIODISTA**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
BUCARAMANGA**

**PLAN OPERATIVO DE COMUNICACIONES EXTERNAS PARA EL COMITÉ
DEPARTAMENTAL DE CAFETEROS DE SANTANDER.**

**FABIÁN ANDRÉS RUEDA MIRANDA
COMUNICADOR SOCIAL - PERIODISTA**

**DOCENTE:
MG. JAIME ENRIQUE PALLARES ESPINOSA
COMUNICADOR ORGANIZACIONAL**

**UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA SECCIONAL BUCARAMANGA
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO
BUCARAMANGA**

CONTENIDO

	Pág.
ANEXOS	4
RESUMEN	5
ABSTRACT	6
INTRODUCCIÓN.....	5
1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	8
FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA	8
1.1. MISIÓN	8
1.2. VISIÓN	8
1.3. OBJETIVOS INSTITUCIONALES	8
1.4. ¿QUIÉNES Y CUÁNDO LA FUNDARON?.....	9
1.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA	10
2. OBJETIVOS.....	15
2.2. OBJETIVO GENERAL	15
2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	15
3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS.....	16
3.1. DESARROLLO Y PUBLICACIÓN DEL PERIÓDICO FINCA CAFETERA SANTANDER.....	16
3.2. PRODUCCIÓN DE CONTENIDO RADIAL.....	17
3.3. PRODUCCIÓN DE CONTENIDO AUDIOVISUAL.....	18
3.4. DISEÑO Y PRODUCCIÓN DE CARTELES Y AFICHES.....	18
3.5. REPORTERÍA FOTOGRÁFICA	18
3.6. CREACIÓN Y PUBLICACIÓN DE CONTENIDOS WEB.....	19
CONCLUSIONES.....	21
RECOMENDACIONES.....	22
BIBLIOGRAFÍA.....	23

ANEXOS

ANEXO A.....	24
ANEXO B.....	25
ANEXO C.....	26
ANEXO D.....	27
ANEXO E.....	28
ANEXO F.....	29
ANEXO G.....	30
ANEXO H.....	31
ANEXO I.....	32
ANEXO J.....	33
ANEXO K.....	34

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: Plan Operativo De Comunicaciones Externas Para El Comité Departamental De Cafeteros De Santander.

AUTOR(ES): Fabián Andrés Rueda Miranda

FACULTAD: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): Jaime Enrique Pallares Espinosa

RESUMEN

El trabajo fue realizado en el Comité Departamental de Cafeteros de Santander, empresa encargada de aplicar las políticas cafeteras departamentales en función de los lineamientos de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia. Se basó en el desarrollo operativo de estrategias de comunicación que permitieran aprovechar los medios disponibles para garantizar un óptimo flujo de información frente al público gremial y externo, y consolidar así un área formal de Comunicaciones. Actualizaciones de la página web, creación y mantenimiento de una cuenta oficial en Twitter, creación y lanzamiento del periódico Finca Cafetera Santander, grabación y difusión de cuñas fueron algunas de las tareas realizadas en función de la propuesta generada para cubrir los distintos canales de comunicación que permiten a la empresa acceder a los caficultores, representantes municipales y departamentales. Además de eso, se exploraron actividades que permitieron la integración de los empleados de la empresa, favoreciendo el clima laboral. La importancia de este trabajo radica en la innovación frente al manejo de las comunicaciones corporativas, pues el Comité Departamental de Cafeteros de Santander no contaba con un área específica de Prensa designada para dicha labor, ni la asesoría de un Comunicador Social – Periodista que la ejecutara. Dichas labores permiten llegar al caficultor santandereano como target fundamental de la información que permita tecnificar y mejorar la productividad de su cultivo, así como mantenerse enterado de los acontecimientos del gremio cafetero en Santander . Es por eso que los objetivos se concentraron en labores operativas mediáticas que permitieran abarcar los distintos medios y las herramientas tecnológicas para la óptima difusión de información, y consolidar una buena imagen pública de la empresa. Se hace fundamental, entonces, mantener al caficultor informado para lograr que él se apropie de las determinaciones técnicas para mejorar la productividad de su cosecha, de los aspectos sociales y su calidad de vida.

**PALABRAS
CLAVES:**

Comunicación Organizacional- Café -Caficultores -Plan Operativo

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: Operational Plan For External Communications Departmental Committee Of Santander Coffee

AUTHOR(S): Fabián Andrés Rueda Miranda

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: Jaime Enrique Pallares Espinosa

ABSTRACT

The work was done in the Departmental Committee of Coffee Growers of Santander, the company in charge of implementing the departmental coffee policies based on the guidelines of the National Federation of Coffee Growers of Colombia. It was based on the operational development of communication strategies that allowed leverage available resources to ensure an optimum flow of information to the public and external union, and thus consolidate a formal area of Communications. Updates to the website, creating and maintaining an official Twitter account, creation and launch of the Coffee House Santander newspaper, recording and dissemination of wedges were some of the tasks performed on the basis of the proposal generated to cover the various communication channels allow the company access to farmers, municipal and departmental representatives. Besides that, we explored the integration activities that allowed the company's employees, encouraging work environment. The importance of this work lies in innovation management versus corporate communications, for the Departmental Committee of Coffee Growers of Santander did not have a specific area designated for such work Newspapers, or advice of a Social Communicator - Journalist that execute. These tasks allow reaching the target farmer Santander as fundamental information to introduce technology and improve the productivity of your crop and kept aware of events in Santander Guild coffee. That's why the objectives focused on operational tasks that enable media cover different media and technological tools for optimal dissemination of information, and build a good public image of the company. It is therefore essential to keep the farmer to make informed him determinations to appropriate techniques to improve their crop productivity, and social aspects of their quality of life.

KEYWORDS:

Organizational Communication –Café- Coffee Growers -
Operating Plan

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

INTRODUCCIÓN

El Comité Departamental de Cafeteros de Santander era una empresa que no contaba con un departamento de comunicaciones instituido. Las labores que al campo de la comunicación atañen eran desarrolladas por los profesionales de la División de Desarrollo Social.

Se realizaban campañas radiales, pero el diseño de campañas gráficas y de producción audiovisual eran servicios prestados por empresas externas, los cuales implicaban un cobro adicional, o en algunos casos, eran servicios realizados por profesionales de la Federación Nacional de Cafeteros, generando gastos de transporte y alojamiento.

Antes del ingreso del Pasante, era tan solo una idea la creación de un Periódico Rural Cafetero, pues no se había llegado a una disertación que aterrizará dicho proyecto, ni una gestión frente a los posibles patrocinadores y empresa encargada de la impresión.

Con el diseño de un Plan de Trabajo se buscó dar prioridad y orden a la producción en medios de la empresa, que no solo respondieran a una necesidad mediática sino a un funcionamiento organizado de los mismos que permitieran estructurar los contenidos a difundir.

Por ese motivo, se dio uso general a los medios de comunicación buscando un discurso renovador que lograra capturar la atención y apropiación de un público objetivo, en este caso: los caficultores santandereanos. Todo con el fin de utilizar dichos medios como instrumentos de desarrollo, que den lugar a un análisis introspectivo en función de la conciencia de los caficultores, que ayuden a conocer las problemáticas para buscar las respectivas soluciones. Lo anterior con base en la relación entre Comunicación y Desarrollo que realiza Javier Esteinou Madrid¹.

¹ ESTEINOU MADRID, Javier. Los medios de comunicación como instrumentos del desarrollo. Revista Digital Razón y Palabra. Agosto – Septiembre 2002.
<http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n29/jesteinou.html>

1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA

1.1. MISIÓN

Asegurar el bienestar del cafetero colombiano a través de una efectiva organización gremial, democrática y representativa.

1.2. VISIÓN:

Consolidar el desarrollo productivo y social de la familia cafetera, garantizando la sostenibilidad de la caficultura y el posicionamiento del Café de Colombia como el mejor del mundo.

1.3. OBJETIVOS INSTITUCIONALES

Desde su nacimiento como nación, Colombia, paralelamente a la organización de sus instituciones democráticas, se dio a la tarea de buscar bases sólidas que le permitieran lograr su desarrollo económico y los dirigentes de entonces, tal vez un poco intuitivamente, vieron en el cultivo del café posibilidades halagüeñas.

Colombia empezó a exportar café desde 1835 y el cultivo y el comercio de grano, no obstante las guerras civiles, creció carente de organización, por iniciativa de los particulares, a tal punto que, a las dos primeras décadas del presente siglo, el café constituía el principal producto del sector agrario y de su comercio de exportación provenía más del 50% de las divisas en moneda extranjera.

Si bien la producción de café contaba con una estructura relativamente adecuada, su comercio de exportación se resentía de graves fallas que no permitían a la industria rendir al país la totalidad de sus beneficios.

Entre 1900 y 1910 se hicieron esfuerzos aislados, todos ellos merced a la iniciativa privada, tendientes a solucionar los problemas del mercado exterior para el café colombiano casi librado al azar, sujeto al capricho y muchas veces a la falta de escrúpulos de casas comerciales extranjeras que recibían el grano en consignación, sin ofrecer siquiera una mínima garantía que pusiera al productor al abrigo de los avatares y altibajos del mercado.

Esta situación llevó a la Sociedad de Agricultores de Colombia, organismos de carácter gremial que agrupaba al sector agrario y entonces integrado en su mayoría por caficultores, a convocar el Primer Congreso Nacional de Cafeteros que se reunió en Bogotá, en la sede de la SAC, 1920, el cual, pese a la buena voluntad

de sus delegatarios, no llegó a nada concreto pero cumplió con la positiva labor de crear en la conciencia de los caficultores colombianos de la época, la necesidad de una organización que se integrara la industria para su defensa y desarrollo.

A partir de 1920 se sucedieron hechos que fueron de singular trascendencia para la industria cafetera. En lo nacional, la producción exportable de café pasó de 1.375.916 sacos de 60 kilos en 1920, a 2.454.251 sacos a 1926, año este en que las exportaciones de café representaron el 75% de las exportaciones totales del país.

En lo internacional, el consumo mundial de café pasó de 18 millones de sacos de 60 kilos en 1920 a 22 millones en 1926. Se inició, también, en 1920 el periodo de la depresión económica de los Estados Unidos, cuyos efectos tuvieron repercusiones desastrosas en el mundo entero por espacio de varios años.

1.4. ¿QUIÉNES Y CUÁNDO LA FUNDARON?

Las anteriores circunstancias, sumadas a las que movieron a la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC) a convocar al Primer Congreso Cafetero de 1920, motivaron a los cafeteros a reunir el Segundo Congreso Nacional de Cafeteros que deliberó en Medellín entre el 21 y el 27 de junio de 1927.

Este Segundo Congreso Nacional de Cafeteros estuvo presidido por Carlos E. Restrepo; Julio C. Gaitán, Primer Vicepresidente; Roberto Carreño, Segundo Vicepresidente y Gregorio Agudelo, Secretario. El Congreso expidió 14 Acuerdos, todos ellos de mucha importancia entre los cuales destacamos solamente el Acuerdo N°2 por el cual se creó la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia.

El Congreso que creó la Federación y le dio sus primeros Estatutos, concibió esta organización como una entidad gremial de derecho privado, conformada por todos los productores de café que quisieran pertenecer a ella y con el objeto fundamental de defender, promover el desarrollo de la industria cafetera y mejorar el nivel de vida del caficultor; además con posibilidades de perfeccionar su estructura y adecuar su organismo de acuerdo a las necesidades de la industria y las circunstancias que rodean su desarrollo en el tiempo.

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, fue reconocida oficialmente por el Gobierno de entonces, precedido por el doctor Miguel Abadía Méndez y recibió su Personería Jurídica por Resolución Ejecutiva N°33 del 2 de septiembre de 1927.

Para garantizar el cumplimiento de sus objetivos, los fundadores de la Federación y los caficultores del país solicitaron al Gobierno, a través de sus voceros

autorizados, el Comité Nacional de Cafeteros, la creación de un gravamen a la exportación del café.

Con el producido de este aporte la Federación arbitraría los recursos necesarios para cumplir su misión. Para su recaudación y manejo la Federación suscribió contrato con el Gobierno Nacional protocolizado mediante Escritura Pública N° 1495 de la Notaría Tercera de Bogotá el 15 de octubre de 1928. En dicho contrato se especificaba la destinación de los dineros recaudados y la Federación se sometía a la vigilancia del Gobierno para su manejo.

Esta solicitud de los cafeteros, que es única en la historia de Colombia, fue atendida por el Congreso Nacional que por Ley 76 de 1927 creó un gravamen de 10 centavos por cada saco de 60 kilos que se exportará.

1.5 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA

Hoy la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, fiel al pensamiento de sus fundadores, es una entidad gremial, de derecho privado, que tiene como objetivo la defensa y desarrollo de la industria cafetera colombiana, y su estructura y gobierno son los siguientes:

- **Congreso Nacional de Cafeteros**

Es la máxima autoridad de la Federación, se reúne por derecho propio cada dos años en el último trimestre, para sesiones ordinarias de 10 días prorrogables sólo en el caso de que así los resuelva la mayoría de los Delegados concurrentes. El Congreso puede reunirse extraordinariamente por determinación del Comité Nacional de Cafeteros, del Gobierno o de las dos terceras partes de los Comités Departamentales.

El Congreso Nacional de Cafeteros lo integran los delegados de los departamentos donde funcionan Comités Departamentales de Cafeteros y su número varía de acuerdo con la producción de café del respectivo departamento, según los datos del censo levantado por la Federación y aprobado por el Congreso Nacional de Cafeteros. El número de delegados se definen así:

Dos para los departamentos cuya producción esté entre el 1% y el 3% de la producción nacional; cuatro para los departamentos cuya producción esté entre el 3% y el 10%; y seis para los departamentos cuya producción sobrepase el 10%.

De las atribuciones y funciones del Congreso Nacional de Cafeteros las más importantes son las siguientes:

Dictar su propio Reglamento, elegir los Miembros, Principales y Suplentes, que le corresponda para integrar al Comité Nacional; nombrar al Gerente General de la

Federación de terna elaborada por el Comité Nacional; examinar las labores desarrolladas por la Federación; expedir el Presupuesto de la Federación; estudiar los problemas de la industria cafetera y, con base en dicho estudio, proveer las medidas adecuadas para su mejor defensa y la de los intereses de los productores.

El Primer Congreso Nacional de Cafeteros se reunió en Bogotá a partir del 25 de agosto de 1920, por iniciativa de la Sociedad de Agricultores de Colombia (SAC) y de esa fecha a hoy se han celebrado 44 Congresos entre ordinarios y extraordinarios.

- **Conferencia Cafetera**

Se reúne por derecho propio en el último trimestre de cada dos años en el año en que no hay Congreso Cafetero. La Conferencia puede reunirse en forma extraordinaria por convocatoria del Comité Nacional, por iniciativa propia, por solicitud del Gobierno Nacional o cuando así lo soliciten la mayoría de los Comités Departamentales de Cafeteros.

A las Conferencias Cafeteras asiste un Delegado por cada Comité Departamental el cual debe reunir las mismas condiciones de los Delegados al Congreso Nacional de Cafeteros.

Las principales funciones de las Conferencias son dictar su propio Reglamento; expedir el Presupuesto de la Federación y estudiar los problemas que sometan a su consideración el Comité Nacional, la Gerencia General o los propios Delegados.

- **Comité Nacional de Cafeteros**

Sus funciones son de carácter permanente. Está integrado por 16 miembros, así ocho (8) representantes del Gobierno Nacional en las personas de los Ministros de Relaciones Exteriores, Hacienda y Crédito Público, Agricultura, el Jefe del Departamento Nacional de Planeación, el Ministro de Desarrollo Económico, el Gerente General de la Caja de Crédito Agrario, Industria y Minerio; y dos (2) representantes designados por el Presidente de la República. Ocho (8) miembros cafeteros elegidos por el Congreso Nacional de Cafeteros para periodos bianuales, con posibilidad de reelección indefinida, con sus representantes suplentes.

El Comité Nacional es el organismo encargado de llevar a cabo las políticas y programas trazados por el Congreso y la Conferencia Cafetera Nacional; de estudiar y debatir todos los problemas de la industria y la política cafetera de Colombia, tanto conformación, constituye un foro propicio, dentro de los términos de la política concertada, para la discusión directas de los asuntos cafeteros entre los representantes del Gobierno Nacional y del gremio.

Los miembros del Comité Nacional solo reciben retribución mínima por las reuniones a que asisten. Su calidad de Miembros, Principales o Suplentes, les exige especial vocación y espíritu de apostolado y algunos que tienen su residencia fuera de Bogotá deben desplazarse cada semana para estar presentes en la reunión. El ser Miembro del Comité Nacional conlleva una serie de incompatibilidades que detallaremos al hablar de los Comités Departamentales.

- **Subcomité Ejecutivo**

Este organismo opera bajo el inmediato gobierno del Comité Nacional de Cafeteros con carácter permanente y está integrado por los ocho (8) miembros cafeteros del Comité Nacional, elegidos para periodos trimestrales, a excepción del miembro representante del séptimo departamento productor, cuyo periodo es igual al del Comité Nacional. El subcomité ejecutivo tiene como funciones todo lo relacionado con la administración de la Federación. Este organismo por su conformación y por la naturaleza de sus atribuciones, es como la Junta Directiva de la Federación.

- **Comités Departamentales de Cafeteros**

Son los organismos de base para el desarrollo de la actividad que cumple la Federación Nacional de Cafeteros.

Los Comités Departamentales de Cafeteros son autónomos pero trabajan, en coordinación con la oficina Central, en la elaboración y ejecución de programas orientados a beneficiar a los caficultores y resolver los problemas de la industria cafetera en su zona de influencia. La actividad de los Comités es permanente y tienen como sede la capital de los departamentos cuya producción cafetera exceda del 1% de la producción nacional y se integran de la siguiente manera: En los departamentos en que la producción cafetera esté entre el 1% y el 3% el Comité está conformado por 4 miembros y los departamentos con una producción a un 3%, por 6 miembros, ambos con sus respectivos suplentes. Para que un departamento productor pueda tener Comité Departamental, es requisito establecido por los estatutos el que su producción cafetera sea superior al 1% de la producción nacional.

Los miembros de los Comités Departamentales de Cafeteros se eligen así: Por los Comités Municipales de Cafeteros y dos, con sus respectivos suplentes, por el Comité Nacional de Cafeteros. La elección de los Miembros del Comité Departamental de Cafeteros se hace para periodos de dos años y aunque esta calidad les exige dedicación casi exclusiva y les inhabilita para el desempeño de otros cargos y funciones, solo reciben una pequeña remuneración por las reuniones a que asisten.

Entre las incompatibilidades que establecen los estatutos para los Miembros de los Comités Nacional, Departamentales y Municipales de cafeteros están:

Desempeñar cargos que impliquen el ejercicio de funciones de la rama ejecutiva del poder público y fiscal de la administración del estado;

Formar parte de los directorios políticos o figurar en listas de candidatos para corporaciones públicas remuneradas de elección popular.

Desempeñar empleos con contrato de trabajo en la Federación y/o en cualquier empresa en la cual ésta sea accionista principal con dineros propios o del Fondo Nacional de Café;

Ser exportador de café, propietario o socio de una trilladora o compra de café.

Ser contratista, directamente o por intermedio de una sociedad del Comité Departamental del cual se es miembro.

Estas incompatibilidades, como bien lo ha dicho el ex - gerente de la Federación, doctor Arturo Gómez Jaramillo, tienen como consecuencia el que “para ser un buen miembro del Comité Departamental es necesario tener una buena dosis de apostolado y un gran sentido de responsabilidad gremial”. “A ellos les están pidiendo constantemente acción los comités Municipales de Cafeteros y las gentes de todas la veredas. Se ven comprometidos en una tarea de tipo permanente que les implica dedicar tiempo en los días laborales y muchas veces en los festivos”.

- **Comités Municipales de Cafeteros**

Funcionan en los Municipios Cafeteros que no son capital de departamento y poseen por lo menos 500 fincas cafeteras. Los Comités Municipales de Cafeteros que tengan hasta 500 fincas cafeteras están integrados por 4 miembros y los municipios que tengan más de 1.000 propiedades cafeteras por 6 miembros. Los miembros de los Comités Municipales de Cafeteros son elegidos por los productores en votación popular.

Los Comités Municipales son el vínculo que une a los productores y al Comité Departamental de Cafeteros y se encargan de cumplir y hacer cumplir las instrucciones originadas en el Comité Nacional o Comité Departamental. A través de ellos la Federación de Cafeteros de Colombia lleva su acción hasta el productor mismo, pues los Comités son las unidades que sirven de medio para detectar las necesidades más urgentes del productor raso del café.

- **Gerente General**

Es el más alto funcionario ejecutivo de la Federación, elegido por el Congreso Nacional de Cafeteros para periodos de dos años.

El Gerente General es el Representante Legal de la Federación Nacional de Cafeteros ante las autoridades colombianas o de cualquier otro país o ante

terceros. Tiene sobre sus hombros la responsabilidad del manejo de la política cafetera trazada por el Congreso, la Conferencia y el Comité Nacional tanto en el plano nacional como internacional. Las actuaciones del Gerente General e representación de Colombia fuera del país, requieren la aprobación del Presidente de la República.



2. OBJETIVOS:

2.1. OBJETIVO GENERAL

Diseño y desarrollo de un Plan Operativo de Comunicaciones Externas que permita el manejo adecuado, eficaz y eficiente de las comunicaciones externas que efectúa el Comité Departamental de Cafeteros de Santander frente a sus distintos públicos.

2.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Desarrollo y publicación del periódico Finca Cafetera Santander como herramienta informativa y técnica para los caficultores santandereanos.
- Producción y estructuración de contenido radial para la difusión de información de actualidad.
- Producción de contenido audiovisual que soporte los eventos desarrollados.
- Diseño y producción de afiches y carteles como apoyo gráfico para los eventos y campañas técnicas.
- Implementación de reportería gráfica para la consolidación de un Banco de Imágenes y apoyo a la información.
- Creación y publicación de contenidos web con miras a la obtención de nuevos públicos.

3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

3.1. Desarrollo y publicación del periódico Finca Cafetera Santander.

Bajo la consideración de que los medios impresos permiten el acceso a la información en lugar donde la tecnología puede ser limitada, como es el caso de muchas veredas de Santander, se desarrolló un proyecto que fundamentaría una nueva publicación bimensual que contendría todo lo referente al gremio cafetero. Esa publicación fue llamada “Finca Cafetera Santander”.

Esta publicación fue lanzada el 1 de diciembre del año 2012 con una estructura informativa que le permitiría a los caficultores santandereanos conocer e identificar a sus representantes gremiales, leer las recomendaciones de la División Técnica del Comité Departamental de Cafeteros para lograr una cosecha productiva frente al manejo de la Broca, las variedades resistentes a la Roya, etc.

Además, Finca Cafetera Santander también fue publicada en una versión digital en la página web del Comité Departamental de Cafeteros de Santander, que permite llegar al público de la Internet, abarcando más lectores.

Para poder llevar a cabo esta publicación, fue indispensable el apoyo de la división de Desarrollo Social, encabezada por Mábel Rodríguez Acevedo, y la división técnica, encabezada por Henry Parra Rodríguez, y Jorge Rave Álvarez. (Ver Anexo A y B)

Dicho impreso se concibió bajo una planeación estratégica que permite desarrollar las distintas acciones que permitan una óptima designación temática acorde a la fechas de publicación, facilidad en la recolección de la información a publicar, gestión en la venta de publicidad, redacción, diagramación, y posterior impresión. El cronograma es el siguiente:

Edición	Mes	Estructuración Editorial	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4	Semana 5	Semana 6	Semana 7	Semana 8
Edición 2	Diciembre	Definición temática								
		Búsqueda y redacción								
		Corrección y ajustes								
	Enero	Diagramación								
		Corrección final								
		Impresión								
Edición 3	Febrero	Definición temática								
		Búsqueda y redacción								
		Corrección y ajustes								
	Marzo	Diagramación								
		Corrección final								
		Impresión								
Edición 4	Abril	Definición temática								
		Búsqueda y redacción								
		Corrección y ajustes								
	Mayo	Diagramación								
		Corrección final								
		Impresión								
Edición 5	Junio	Definición temática								
		Búsqueda y redacción								
		Corrección y ajustes								
	Julio	Diagramación								
		Corrección final								
		Impresión								
Edición 6	Agosto	Definición temática								
		Búsqueda y redacción								
		Corrección y ajustes								
	Septiembre	Diagramación								
		Corrección final								
		Impresión								
Edición 7	Octubre	Definición temática								
		Búsqueda y redacción								
		Corrección y ajustes								
	Noviembre	Diagramación								
		Corrección final								
		Impresión								

Hoy en día, el Periódico Rural Cafetero Finca Cafetera Santander se encuentra en la fase de producción para su tercera edición.

3.2. Producción de contenido radial:

Como lo dice la teórica tal sobre la importancia y vigencia del medio radial para una óptima estrategia comunicativa es tenida en cuenta como de vital importancia para la formulación de campañas que permitan dar uso de ese medio, pues, como lo menciona tal, la radio es “un entramado de interrelaciones: culturales, sociales, estéticas y técnicas”, como lo menciona Alexander Buendía².

La radio es el medio de comunicación de más fácil acceso para los caficultores santandereanos, y que permite una cobertura total en zonas de difícil acceso para otro tipo de redes mediáticas. Además, permea perfectamente en las necesidades

² BUENDÍA ASTUDILLO, Alexander. PINO CORREA, Juan. Radio local, opinión pública y participación ciudadana. Revista Signo y Pensamiento 2007.

de cada seccional cafetera, pues, como lo dice Jeanine El’Gazi³: “Es un fenómeno social y cultural”, que en este caso, caracteriza a su emisor.

Es por eso que en el manejo de los medios del Comité Departamental de Cafeteros de Santander se trabajó de la mano con la división técnica para utilizar la radio como una herramienta para informar al caficultor sobre disposiciones que le permitan aprovechar ofertas crediticias, manejo y control de las plagas, siembra, renovación fertilización, etc. (Ver Anexos en Carpeta de Audios)

3.3. Producción de contenido audiovisual:

La producción del contenido audiovisual en el plan de trabajo tuvo como objetivo crear una retroalimentación en función de eventos desarrollados tales como: II Encuentro de Comités Municipales, Encuentro de Empresarios Cafeteros, Capacitación de Docentes del Convenio 297 Comité Departamental de Cafeteros de Santander – Gobernación de Santander. De esa forma, los participantes en dichos eventos podrían dar una mirada general al trabajo realizado, mediante videos que enmarcaban su paso por dichos encuentros.

En el caso específico de la Capacitación de Docentes del Convenio 297, fue realizado y producido un noticiero llamado “NotiCafé: el noticiero de las Posprimarias Cafeteras de Santander”, que fue presentado y alimentado por los mismo docentes, quienes se encargaron de narrar los resultados de dicha capacitación. (Ver Anexos C)

3.4. Diseño y producción de afiches y carteles.

Dentro de las acciones realizadas en el Plan de Trabajo, fue fundamental el apoyo gráfico para dar sustento a distintas campañas de la Dirección Ejecutiva, el Servicio de Extensión y Desarrollo Social.

Los diseños buscaban complementar los mensaje para presentarlo agradable y atractivo a la vista de los caficultores.

También, se realizó un trabajo de diseño gráfico para apoyar las carteleras y eventos propios de la oficina central del Comité Departamental de Cafeteros de Santander con miras a informar e invitar a los eventos a los empleados (Ver Anexos D, E, F)

3.5. Reportería fotográfica,

La reportería fotográfica fue una labor realizada en todo el transcurso de la Pasantía.

³ EL’GAZI, Jeanine. Que suene la radio: Guía de trabajo del taller de producción radial. Bogotá: Ministerio de Culltura, 1998. P. 19.

Se realizó el cubrimiento fotográfico de todos los eventos realizados por la empresa: encuentros con los caficultores, miembros del Comité Departamental e invitados, eventos de Salud Ocupacional, celebración de cumpleaños y demás reuniones sociales de los empleados de la empresa, fiesta de fin de año.

El material obtenido es utilizado para la creación de una base de datos fotográfica de la empresa, además de alimentar las campañas gráficas y contenidos audiovisuales y web.

Fue de gran ayuda el uso de la cámara semiprofesional de la Dirección Ejecutiva para lograr conseguir imágenes de muy buena calidad. (Ver Anexos G, H)

3.6. Creación y publicación de contenidos web.

El desarrollo de contenido web fue otra de las constantes en el trabajo realizado en la Pasantía.

Se produjo contenido para alimentar la página web del Comité Departamental de Cafeteros de Santander en su publicación de “Buenas Noticias”, que es un referente noticioso para el departamento, y que es replicado por la oficina central de la Federación Nacional de Cafeteros en su portal web.

Esta labor permitió llegar a otro público, como lo es el de la Internet, y afianzar los frentes de información, además de afianzar un marketing web, que hoy es un nuevo concepto en las comunicaciones empresarial, como lo dice Cees Van Riel⁴.

Pese a que la labor fue bien acogida, se buscaba mayor participación del Servicio de Extensión, pues son ellos los que están en contacto directo con los caficultores, y son ellos quienes pueden servir como puente para la producción de noticias.

Por otro lado, se gestionó la creación de la cuenta oficial en Twitter de la empresa, alimentada por el periodista y la Dirección Ejecutiva. (Ver Anexo I, J, K)

⁴ VAN RIEL, Cees. Nuevas formas de la Comunicación Organizacional. Revista Digital Razón y Palabra. Edición 34. 2003 <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n34/cvanriel.html>

Mes	Objetivos específicos	Semana 1	Semana 2	Semana 3	Semana 4
Julio	Finca Cafetera Santander				
	Radio				
	Producción Audiovisual				
	Producción gráfica				
	Reportería fotográfica				
	Contenidos web				
Agosto	Finca Cafetera Santander				
	Radio				
	Producción Audiovisual				
	Producción gráfica				
	Reportería fotográfica				
	Contenidos web				
Septiembre	Finca Cafetera Santander				
	Radio				
	Producción Audiovisual				
	Producción gráfica				
	Reportería fotográfica				
	Contenidos web				
Octubre	Finca Cafetera Santander				
	Radio				
	Producción Audiovisual				
	Producción gráfica				
	Reportería fotográfica				
	Contenidos web				
Noviembre	Finca Cafetera Santander				
	Radio				
	Producción Audiovisual				
	Producción gráfica				
	Reportería fotográfica				
	Contenidos web				
Diciembre	Finca Cafetera Santander				
	Radio				
	Producción Audiovisual				
	Producción gráfica				
	Reportería fotográfica				
	Contenidos web				
Enero	Finca Cafetera Santander				
	Radio				
	Producción Audiovisual				
	Producción gráfica				

CONCLUSIONES

El trabajo desarrollado por el pasante en el área de Comunicaciones se ha convertido en un aliciente para reafirmar que el manejo de las comunicaciones empresariales es una prioridad que todo ente organizativo debe considerar como fundamental. Y más en un frente que involucra un gremio, y la perspectiva social del mismo como es el caso del Comité Departamental de Cafeteros de Santander.

Las acciones desarrolladas en los objetivos específicos permitieron dar un uso a medios de Comunicación que estaban siendo poco utilizados, y algunos tan solo ideados, como fue el caso del periódico Finca Cafetera Santander. Esta publicación sirvió como un claro ejemplo que permite afirmar que pese al gran auge tecnológico, la producción de medios impresos convencionales sigue siendo un factor determinante que facilita la difusión de información en áreas rurales y de difícil acceso.

La radio se consolida como uno de los medios con mayor cobertura y facilidad para la difusión de información, pues, las emisoras contratadas son de gran cobertura y el acceso a un transistor es muy económico. Además, gran parte de los dispositivos móviles que se fabrican hoy en día tienen la radio integrada. De ese modo, llevar un mensaje a los caficultores a través del espectro electromagnético es sencillo y sumamente útil, tanto para mensajes técnicos, como también para reuniones locales.

Como complemento final, el manejo de las comunicaciones web es otro factor determinante que brinda el acceso a otro tipo de público. Además, permite unificar en sí mismo los productos impresos, los productos radiales y los productos audiovisuales, convirtiéndose en un espacio de acceso general a todos los contenidos del área de Comunicaciones.

El trabajo fotográfico y el de diseño gráfico, se convierten en un amplio complemento para hacer más atractivos los distintos contenidos de los impresos y la web, aportando también a la comunicación interna de la empresa (carteleras).

RECOMENDACIONES

Dentro del trabajo llevado a cabo en el Comité Departamental de Cafeteros de Santander, se cumplieron los objetivos planteados. Sin embargo, se sugiere:

Cumplir con minuciosa rigurosidad el cronograma de trabajo para el periódico Finca Cafetera Santander, con el objetivo de evitar contratiempos en la búsqueda de la información, y retrasos en el proceso de diagramación final.

En el caso de la radio, dar un estándar en la arquitectura y contenidos de los distintos programas radiales cafeteros que conducen algunos extensionistas en el departamento, con el objetivo de unificar un discurso.

Se sugiere consolidar una planeación más estructurada desde las distintas divisiones de la empresa (Ejecutiva, Técnica, Desarrollo) para las labores propias de la comunicación. Lo anterior, con miras a responder a una planificación integral, y no simplemente a una respuesta reactiva a la labor, de modo que puedan ser tenidas en cuenta distintas soluciones a las necesidades propias de la información, y una perspectiva de retroalimentación para una adecuada cualificación.

Además, se recomienda dar una mirada a la comunicación interna de la empresa con el objetivo de consolidar la unión de los empleados, y mejorar el clima laboral en algunas dependencias. Este factor es determinante en el desarrollo de las actividades cotidianas de cada empleado, y de trabajarse, puede incidir favorablemente en los resultados generales del Cuadro Integral de Mando.

A manera de síntesis, el Comité Departamental de Cafeteros de Santander es una empresa gremial con un amplio reconocimiento en Santander, y con muchas necesidades en el manejo de la información, y su difusión y en las cuales ha habido un avance significativo, pero que requiere de las anteriores consideraciones para lograr un equilibrio óptimo entre una buena comunicación externa e interna.

BIBLIOGRAFÍA

BUENDÍA ASTUDILLO, Alexander. PINO CORREA, Juan. Radio local, opinión pública y participación ciudadana. Revista Signo y Pensamiento 2007.

EL'GAZI, Jeanine. Que suene la radio: Guía de trabajo del taller de producción radial. Bogotá: Ministerio de Culltura, 1998. P. 19.

ESTEINOU MADRID, Javier. Los medios de comunicación como instrumentos del desarrollo. Revista Digital Razón y Palabra. Agosto – Septiembre 2002. <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n29/jesteinou.html>

¹ VAN RIEL, Cees. Nuevas formas de la Comunicación Organizacional. Revista Digital Razón y Palabra. Edición 34. 2003
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n34/cvanriel.html>

GARRIDO, Francisco Javier. Comunicación Estratégica. Las claves de la comunicación empresarial en el siglo XXI. *Gestión*, 2000.

AGUILERA, Jorge; CAMACHO, Natalia. Gerencia integral de comunicaciones. *Claves para estructurar los nuevos departamentos de comunicación*, 2007, p. 35.

ANEXO A



ANEXO B

2 *Finca Cafetera SANTANDER*

Bienvenida la "Finca Cafetera Santander"



La administración, bajo la dirección de su gerente, se ha comprometido a ser una herramienta para el desarrollo de las zonas cafeteras y rurales de Santander, con el fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes de estas zonas. El equipo de trabajo, conformado por profesionales de diferentes disciplinas, se ha comprometido a ser una herramienta para el desarrollo de las zonas cafeteras y rurales de Santander, con el fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes de estas zonas.

Director General: Víctor Sánchez Espinoza / **Editor de Contenido:** María Eugenia Álvarez / **Coordinación General:** María Eugenia Álvarez / **Redacción:** María Eugenia Álvarez / **Diseño y Diagramación:** María Eugenia Álvarez / **Programa digital e impresión:** María Eugenia Álvarez / **Todas las direcciones:** www.fincacafetera.com

3 *Finca Cafetera SANTANDER*

El Caficultor Santandereano

El caficultor santandereano se caracteriza por los rasgos de su gente, por sus rasgos físicos, por su espíritu altruista, por su profundo saber popular, laborioso, serio y fuerte ante la adversidad, es una persona organizada, donde su familia juega un papel muy importante y se siente orgullosa de su raza, de su presente y más con actual proyección a su futuro.



Número de caficultores de acuerdo al área de café

Municipio	Superficie (ha)	Caficultores	Área total (ha)
Flor de Caña	25.203	50	25.203
El Valle	25.203	50	25.203
El Valle	25.203	50	25.203
TOTAL	75.609	150	75.609

Desarrollo Social Cafetero

El desarrollo social en el sector cafetero es un reto que requiere de acciones concretas y sostenibles. El equipo de trabajo se ha comprometido a ser una herramienta para el desarrollo de las zonas cafeteras y rurales de Santander, con el fin de mejorar la calidad de vida de los habitantes de estas zonas.



COOHILADOS DEL FONCE LTDA.
EL MEJOR CAFÉ DEL MUNDO SE EMPACA EN SACOS DE PIQUE.
Comprometidos con el Medio Ambiente.
Calle 22 No 9 - 57 Tel (7) 7241966-PRX (7) 7243566 - www.coohilados.com.co
San Gil - Santander - Colombia

Sogas, Cordes y Empaques en Figue 100% Biodegradables



AGRIMINS
PIDA SIEMPRE EL ORIGINAL
Con AGRIMINS lo que empieza bien, termina bien.
www.agrimins.com.co








issuu Upgrade to Pro

Shuffle



VICE Nov-The Syria Issue Nov 2012 - Including our illustrated...



Vol 23#38-Hawaii-Big Island Real Estate for sale by the best. AND Big



MALINE Magazine A free publication about the urban lifestyle, fashion...

ANEXO C

The screenshot shows a YouTube video player interface. The main video is titled "NOTICAFÉ CAPACITACIÓN DOCENTES" and features a blue background with the text "NOTICAFÉ" and "CAPACITACIÓN DOCENTES" in large white letters. Below the text are three small video thumbnails showing people in a classroom setting. At the bottom of the video frame, there are logos for "Convenio 297", "Santander", and "Comité de Cafeteros de N". The video player controls show a progress bar at 00:04 / 18:50. Below the video, the channel name "NOTICAFÉ EL Noticiero de las Posprimarias Cafeteras de Santander" is displayed, along with the channel name "JULIO CESAR DIAZ SALAMANCA" and "21 videos". The video has "90 reproducciones" (90 views). There is a "Suscribirse" (Subscribe) button with a "1" next to it, and a "Me gusta" (Like) button with a "1" next to it. Below the video are navigation options: "Información", "Compartir", "Añadir a", and "Me gusta". To the right of the video player is a sidebar with a list of recommended videos:

- Conformación Consejo** de JULIO CESAR DIAZ SALA 39 reproducciones (16:58)
- Documental del Café y Proceso de Café** de Barista Pro 6.950 reproducciones (17:01)
- Posprimaria Clavellinas Toma de** de JULIO CESAR DIAZ SALA 22 reproducciones (10:40)
- Aprendiendo desde mi Finca Comite de** de Julio Cesar Diaz Salaman 291 reproducciones (9:05)
- Integración Posprimarias** de JULIO CESAR DIAZ SALA 21 reproducciones (6:42)
- Encuentro Cafetero Valle Mayo** de JULIO CESAR DIAZ SALA 109 reproducciones (19:00)
- Video Gramalote HD** de Comité de Cafeteros de N 249 reproducciones (7:29)

ANEXO D

**Así como florece
el café, también
florece nuestro
esfuerzo para
seguir siendo
los mejores**




Federación Nacional de
Cafeteros de Colombia
Comité Departamental
de Cafeteros de Santander

ANEXO E

¡Comportamiento Seguro en condiciones inseguras!

Porque la seguridad es un valor

Comité Departamental de Cafeteros de Santander

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

The poster features several safety-related icons: a yellow 'CAUTION WET FLOOR' sign with the Spanish text 'PRECAUCIÓN PISO MOJADO'; a woman sitting on a chair; a yellow diamond sign with a dog and the text 'CUIDADO CON EL PERRO'; a yellow triangle sign with a person falling; a hand using a computer mouse; a woman at a computer; a blue circle with a crossed-out coffee cup; a yellow triangle sign with an ear; a globe; a smartphone with a red arrow; and a ladder.

ANEXO F

**En el Comité Departamental de Cafetero de Santander
tenemos nuestras propias heroínas:
nuestras Mujeres Maravilla**



**A ellas les deseamos un: ¡Feliz Día
de la Mujer!**

8 de Marzo de 2013

ANEXO G



ANEXO H



ANEXO I

The screenshot shows the website for the National Federation of Coffee Growers of Colombia (Federación Nacional de Cafeteros de Colombia). The header includes navigation links for 'Sala de Prensa', 'Mapa del Sitio', and 'Contacto'. A red banner reads 'Pagina inicial de la Federación'. Below this is a box titled 'Conoce la Gran Familia detrás de la Federación' with an image of people. The main header features the logo of the federation and the text 'Federación Nacional de Cafeteros de Colombia' and 'NUESTRA MISIÓN: ASEGURAR EL BIENESTAR DEL CAFICULTOR COLOMBIANO'. The specific page is for the 'Comité Departamental de SANTANDER', with a 'Página WEB' icon and a search bar. A navigation menu includes 'Inicio', 'NUESTRO COMITE', 'NUESTROS CAFETEROS', 'NUESTROS PROYECTOS', 'NUESTRO CAFE', 'NUESTROS INFORMES', and 'BUENAS NOTICIAS'. The main content area is titled 'BUENAS NOTICIAS' and features a large image of coffee beans on the left. The news items are:

- Feb 20, 2013 - 06:10 AM**: 'La Renovación, Santander Tierra de Café, noticias de las seccionales cafeteras, noticias del gremio cafetero, son algunos de los contenidos de la segunda edición del Periódico Rural Cafetero Finca Cafetera Santander, que ya está circulando por todo el departamento.' [leer más ▶](#)
- Dic 03, 2012 - 06:52 AM**: 'El Comité de Cafeteros de Santander lanza el periódico Finca Cafetera Santander, un medio impreso para que los caficultores santandereanos estén bien informados.' [leer más ▶](#)

At the bottom, there is a section for 'Precio del Café' with the text 'Consulte aquí el precio actualizado del Café' and a [leer más ▶](#) link.

ANEXO J

Página WEB

Comité Departamental de SANTANDER



Inicio » Buenas Noticias » Terminó exitosamente el II Encuentro de Empresarios Cafeteros de Santander

- NUESTRO COMITE
- NUESTROS CAFETEROS
- NUESTROS PROYECTOS
- NUESTRO CAFE
- NUESTROS INFORMES
- BUENAS NOTICIAS

■ AUDIO

■ VIDEO

■ ARCHIVOS

■ HISTÓRICO

TERMINÓ EXITOSAMENTE EL II ENCUENTRO DE EMPRESARIOS CAFETEROS DE SANTANDER



Con la participación de 270 caficultores de más de 10 hectáreas en Café provenientes de 29 municipios del departamento, de los miembros del Comité departamental, de los Gerentes de las Cooperativas del departamento y 70 expositores de 22 empresas comerciales con sus respectivos stands, se realizó este **II Encuentro de Empresarios Cafeteros**.

Contamos en esta ocasión con expositores de la talla del Gerente Comercial de la Federación de Cafeteros, del Comandante de la Segunda División del Ejército, del Coordinador de Gestión Empresarial de Risaralda y de la Fitopatóloga de Cenicafé, quienes motivaron e informaron a todos los asistentes acerca de los últimos avances en temas cafeteros.

Imprimir Enviar COMPARTIR   

© Federación Nacional de Cafeteros de Colombia 2010 - 2013 RSS Servicios en línea Directorio Comités Gestión de Archivos Términos de uso

ANEXO K

ComiCaféSantander
@ComiteCafeStder
Cuenta oficial del Comité Departamental de Cafeteros de Santander.
Bucaramanga - Santander
<http://santander.federaciondecafeteros.org>

118 TWEETS 125 SIGUIENDO 54 SEGUIDORES Seguir

Tweets

- ComiCaféSantander** @ComiteCafeStder 13 feb
@GobdeSantander y @ComiteCafeStder trabajando por la caficultura en el convenio "Santander, Tierra de Café".
<pic.twitter.com/ftGeZJxb>
[Ver foto](#)
- ComiCaféSantander** @ComiteCafeStder 6 feb
Santander presente en el Acuerdo para la Prosperidad Cafetera en Chinchina yfrog.com/odubabtj
[Abrir](#)

Transfiriendo datos desde abs.twimg.com...