

LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PARA LA ALINEACIÓN Y
VISIBILIZACIÓN ESTRATÉGICA EN RAMPINT S.A.S.

BAJIDT ALBERTO RIVERA MEJÍA

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO EN LA MODALIDAD PASANTÍA PARA OPTAR
AL TÍTULO DE COMUNICADOR SOCIAL - PERIODISTA

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

2019

LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PARA LA ALINEACIÓN Y
VISIBILIZACIÓN ESTRATÉGICA EN RAMPINT S.A.S

BAJIDT ALBERTO RIVERA MEJÍA

TRABAJO DE GRADO PRESENTADO EN LA MODALIDAD PASANTÍA PARA OPTAR
AL TÍTULO DE COMUNICADOR SOCIAL - PERIODISTA

SUPERVISOR DE PASANTÍA

CLARA INÉS GARCÍA VILLAMIZAR

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA

ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES

FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL - PERIODISMO

BUCARAMANGA

2019

Nota de aceptación

Firma del presidente

Firma del jurado

Tabla de Contenidos

1. Introducción	8
2.1 Objetivo General	10
2.2 Objetivos Específicos.....	10
Contexto Institucional	11
3.1. Misión y visión	16
3.2. Valores Corporativos	16
Referente Conceptual.....	17
Actividades desarrolladas	21
Descripción de los objetivos específicos.....	26
6.1. Objetivo 1.....	26
6.1.1 Guion y edición de video para cumplimiento de las 12 reglas fundamentales de la organización.....	26
6.1.2. Realización de piezas publicitarias, haciendo alusión a las 10 reglas que salvan vidas como eje fundamental en la organización.....	27
6.1.3 Inspección, edición y aprobación de plantillas institucionales	27
6.1.4. Instructivo para las comunicaciones internas y externas de la organización.....	28
6.1.5. Política de comunicación Rampint	28
6.2. Objetivo 2.....	29
6.2.1.Creación de contenidos y piezas publicitarias para plataformas digitales.....	29
6.2.2 Producción de textos y contenido audiovisual, de interés interno y externo con la intención de evidenciar procesos de la empresa	29
6.2.3. Análisis del estado actual de la página web y fan page	30
6.2.4. Redacción de comunicados internos y externos	32
6.2.5. Apoyo audiovisual para contenidos programados por los operadores en planta	32
6.3. Objetivo 3.....	33
6.3.1. Apoyo en la logística de talleres y eventos de la organización.....	33
6.3.2. Socialización de campañas organizadas por la empresa y demás áreas de la organización	34
Conclusiones y recomendaciones	36
Lista de referencias	37
Anexos	38

Lista de anexos

Anexo A:	38
Anexo B:	39
Anexo C:	41
Anexo D:	43
Anexo E:	52
Anexo F:	58
Anexo G:	61
Anexo H:	61
Anexo I:	66
Anexo J:	69
Anexo K:	69
Anexo L:	70
Anexo M:	75
Anexo N:	83
Anexo Ñ:	91

RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO

TITULO: LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA PARA LA ALINEACIÓN Y VISIBILIZACIÓN ESTRATÉGICA EN RAMPINT S.A.S.

AUTOR(ES): Bajidt Alberto Rivera Mejía

PROGRAMA: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR(A): Clara Inés García Villamizar

RESUMEN

El informe de pasantía realizado por Bajidt Alberto Rivera Mejía, cuenta detalladamente el trabajo realizado en Rampint s.a.s., empresa dedicada a la ingeniería, montaje y mantenimiento en Barrancabermeja, región y país. Con más de 26 años en el sector oil and gas, en el año 2019 la organización toma la decisión de adherir a su grupo de trabajo por primera vez a un profesional en el área de comunicaciones, quien desarrolló e implementó diferentes proyectos y actividades encaminadas a la alineación y visibilización estratégica interna y externa de Rampint. Allí, afrontó diferentes retos comunicaciones como el diseño de espacios para la divulgación y el cumplimiento de las políticas, elaboración de instructivos para la realización de trabajos seguros, difusión de información y conectividad con toda la organización a nivel nacional. El proceso comunicacional logra gran aceptabilidad en cada uno de los frentes de trabajo, los cuales entendieron la importancia de desarrollar nuevas alternativas en caminadas al buen funcionamiento e implementación de lo expuesto en los manuales e instructivos de comunicación.

PALABRAS CLAVE:

Comunicación, alineación, comunicación interna y externa, visibilización, cultura organizacional

V° B° DIRECTOR DE TRABAJO DE GRADO

GENERAL SUMMARY OF WORK OF GRADE

TITLE: INTERNAL AND EXTERNAL COMMUNICATION FOR STRATEGIC ALIGNMENT AND VISIBILITY AT RAMPINT S.A.S.

AUTHOR(S): Bajidt Alberto Rivera Mejía

FACULTY: Facultad de Comunicación Social

DIRECTOR: Clara Inés García Villamizar

ABSTRACT

The internship report by Bajidt Alberto Rivera Mejía details the work done at Rampint s.a.s., a company dedicated to engineering, assembly and maintenance in Barrancabermeja, region and country. With more than 26 years in the oil and gas sector, in the year 2019 the organization makes the decision to join its working group for the first time a professional in the area of communications, who developed and implemented different projects and activities aimed at the alignment and strategic visibility of Rampint internally and externally. There, he faced different communication challenges such as the design of spaces for the dissemination and compliance of policies, elaboration of instructions for the realization of safe works, dissemination of information and connectivity to the entire organization at the national level. The communication process achieves great acceptability on each of the working fronts, who understood the importance of developing new alternatives in walking to the proper functioning and implementation of what is presented in the communication manuals and instructions.

KEYWORDS:

Communication, alignment, internal and external communication, visibility, organizational culture Communication

V° B° DIRECTOR OF GRADUATE WORK

Introducción

Una empresa familiar, con más de 25 años al servicio de los colombianos, una empresa que cree en las capacidades humanas y profesionales de quienes operan en la organización, capaces de liderar proyectos a nivel nacional e internacional. Su fuerte se centra en el sector hidrocarburos, brindando servicio especial a clientes de la industria, capacitados y certificados para la explotación del petróleo y del gas natural, tema prioritario en el país por su capacidad económica para la obtención y fabricación de materiales.

RAMPINT SAS, tiene su sede principal en la Calle 37 N°35^a-23, Barrio Yarima de Barrancabermeja. Es una de las empresas más importantes de Colombia, que con lucha y sacrificio ha logrado posicionarse como una empresa transparente y comprometida con las regiones. Ha demostrado a empresas como ECOPETROL, MANSAROVAR, CENIT, ESSENTIA, OCCIDENTAL que cuenta con un excelente capital humano y una fuerza incomparable, destacándose por su calidad y excelencia en el sector Oil and Gas.

En el marco de la pasantía profesional, para obtener el título de comunicador social – periodista, se busca crear e implementar una estrategia comunicativa que se enfoque en apoyar cada uno de los procesos organizacionales, de los cuales, la generación de instructivos, vídeos, divulgación de políticas y actividades, asimismo, comunicados oficiales que permitan una alineación y visibilización interna y externa de la organización.

En este trabajo, la comunicación estratégica busca ser transformadora, haciendo uso de su misión y visión organizacional y cumplidora del código de ética empresarial. Por tal razón, es necesario identificar, entender y mejorar la comunicación de la organización en casa matriz y demás frentes a nivel nacional como una sola empresa. Con esto, se establecerá un procedimiento eficaz que involucre a todo el personal Rampint S.A.S.

En este orden de ideas, el presente documento desarrolla el informe que tiene como objetivo formalizar preliminarmente la comunicación como proceso estratégico en el marco de la pasantía empresarial que se lleva a cabo en la empresa RAMPINT S.A.S. Trabajo que da cuenta de los conocimientos adquiridos durante la formación académica, permitiendo así una articulación de la teoría con la práctica, lo cual deja aumentar y afianzar los conocimientos teóricos y por consiguiente una mayor destreza en estos. (RAMPINT, 2017)

Objetivos

2.1 Objetivo General

Contribuir en la generación de contenidos en medios internos y externos para la alineación estratégica y visibilización de Rampint S.A.S.

2.2 Objetivos Específicos

- 1.** Apoyar el proceso de fortalecimiento de la comunicación interna para la alineación de los empleados y demás administrativos en los diferentes frentes a nivel nacional (Cartagena, Llanos, Campo Teca y Barrancabermeja).
- 2.** Visibilizar la marca Rampint S.A.S a partir de diferentes medios internos y externos que permitan evidenciar contenidos y piezas publicitarias – comunicativas.
- 3.** Contribuir con la gestión administrativa con todo lo concerniente a la comunicación corporativa de la organización.

Contexto institucional

En el año de 1982, en la ciudad de Bucaramanga, Carlos Ramírez Pinto se graduó de la Universidad Industrial de Santander (UIS), para esa fecha se le presenta una oportunidad laboral con Don José Rodríguez Acevedo en la ciudad de Barrancabermeja. Es así como deciden convertirse en socios y arrancar con su empresa JOSÉ RODRÍGUEZ Y CARLOS RAMÍREZ para el año 1986, operando contratos en obras civiles y mantenimiento de tanques y tuberías para Ecopetrol, su gran cliente en la actualidad.

Un año después el ingeniero Ramírez presenta una hernia discal, llevándolo a guardar reposo por varios meses, y es ahí donde Gladys Cecilia, su esposa, toma la decisión de acompañarlo en su recuperación directamente en la ciudad de Barrancabermeja, ya que ella se encontraba en la capital del departamento de Santander.

Para el año 1992, El ingeniero, en compañía de su esposa, toman la decisión de disolver la sociedad por mutuo acuerdo, lo que dio paso a la creación de su propia empresa llamada: CARLOS RAMÍREZ Y CIA LTDA. Le costó varios años para posicionarse en la región, sin embargo, eso no fue impedimento para obtener nuevos contratos en Barrancabermeja, el Centro, Neiva, Cartagena, Porvenir, Puerto Wilches, Pozos Colorados, Coveñas, Ayacucho, entre otros. Así fue adquiriendo experiencia y con ello generando mayor confianza para responder día a día a los nuevos proyectos que llegaban a su empresa.

El ingeniero y Doña Cecilia Castillo tuvieron 3 hijos, Jessica Paola, Gina Marcela, y Carlos, quienes crecieron en medio de andamios, contenedores, grúas y retroexcavadoras.

El 26 de octubre del 2001, época de violencia e inseguridad en el país, atentan contra la vida del ingeniero en su propio hogar, instalaciones que hoy hacen parte de la sede principal de la empresa en Barrancabermeja, fue en ese momento en que Doña Cecilia tomó

la decisión de seguir con el legado de su esposo y consolidar su hoy empresa en compañía de sus hijos.

Para el año 2008, llega Jessica Paola Ramírez Castillo a RAMPINT, abogada de la Universidad Autónoma de Bucaramanga (UNAB), hija mayor de la gerente general de la empresa, su llegada trajo consigo un cambio radical a la organización, asumiendo retos y permitiéndole a Doña Cecilia desprenderse de la sede principal y tocar puertas a nivel nacional.

Hoy en día RAMPINT es generadora de empleo, más de 600 personas a nivel nacional hacen parte de esta gran empresa, lo cual la convierte en gran fuente de empleo para el país. Es una empresa reconocida en el sector por su excelencia, transparencia y compromiso con sus clientes y proveedores, comunidad en general y medio ambiente. (RAMPINT, 2017)

Servicios

Cuando se creó la empresa, las actividades a las cuales se dedicaba eran: Obras civiles reparación de tanques, sandblasting (limpieza a presión con arena) y pintura de tanques. Actualmente el campo de acción de RAMPINT S.A.S. se focaliza en los siguientes tópicos: Mantenimiento general de tanques de almacenamiento y rutinario de plantas; paradas de planta; mantenimiento de equipos estáticos; y clusters. El desglose actual de servicios es el siguiente:

Tanques.

- Construcción y Montaje de tanques de almacenamiento (**Norma: API-650**)
- Mantenimiento mayor y menor (**Norma: API-653**)
- Preparación de superficie y aplicación de recubrimiento (**Norma: NACE**)
- Desmantelamiento con corte frio y caliente (**Norma: WJTA/API-653**)
- Rehabilitación de tanques de almacenamiento (**Norma: API-653**)

Plantas industriales. Con aplicación de las normas PMBOK, DACE, ARCADIS, ASME, API:

- Mantenimiento Rutinario
- Apagada y arranque de plantas
- Mantenimiento mayor y menor en parada de planta
- Mejoras operacionales
- Reparaciones mecánicas de acuerdo con estándares internacionales

Tuberías de procesos. Con aplicación de la Norma NAPI-570:

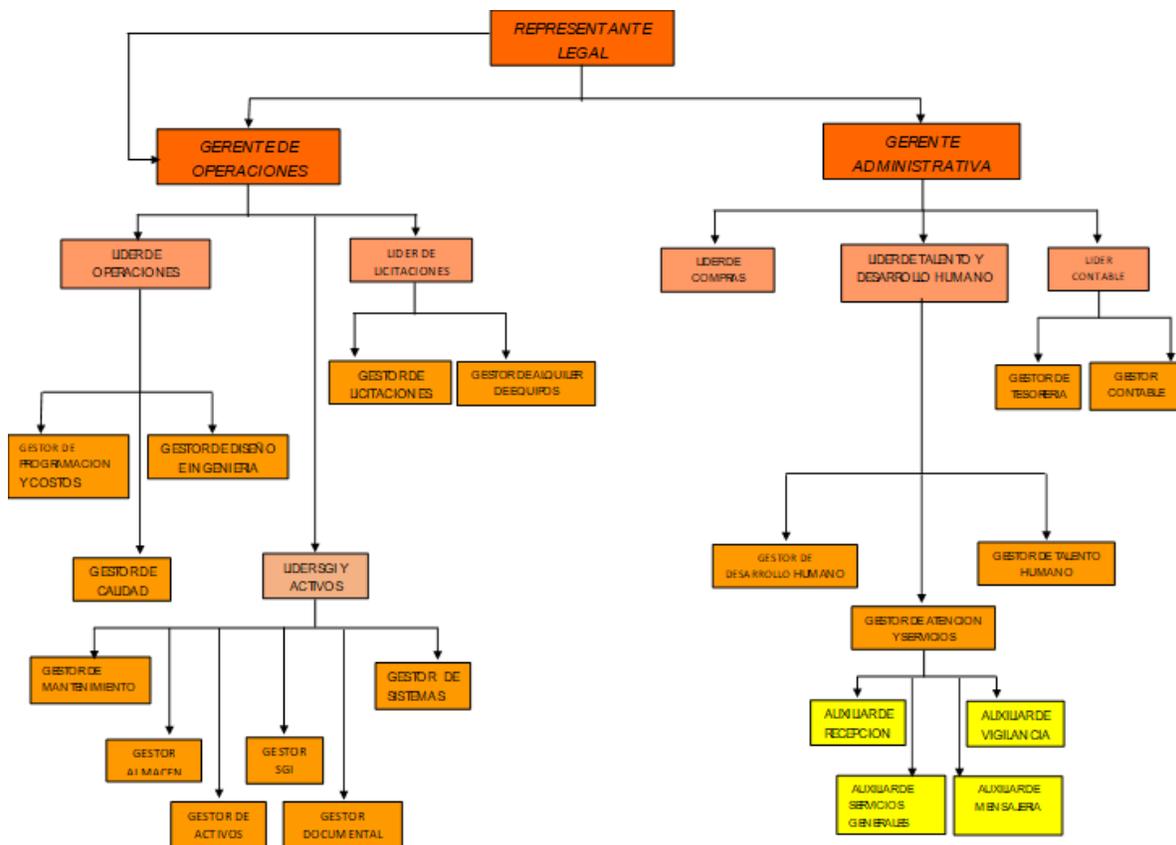
- Mantenimiento mayor y menor
- Ingeniería, montaje, inspección y pintura de tubería
- Pruebas hidrostáticas
- Obras civiles
- Aislamiento térmico
- Limpieza de tuberías

Servicios especiales.

- Alquiler de equipos
- Lavado a alta presión
- Prefabricados y cortes
- Diseño, construcción y certificación de andamios
- Diseño e ingeniería
- Trabajos con corte en frío

Organigrama Rampint S.A.S.

La información y cada uno de los procesos a realizarse dentro y fuera de la organización, recae sobre la gerencia administrativa y operativa de la empresa, y en su defecto, por el área de recurso y talento humano. Quienes son los responsables en primera instancia de lo que llegue a ocurrir con el personal administrativo y operativo en cada uno de los frentes a nivel nacional.



3.1. Misión y visión

Misión: Trabajamos de forma confiable y apasionada; asumiendo retos que generen valor a la industria colombiana, mediante servicios de ingeniería, montaje y mantenimiento.

Visión: Corre el año 2021 y RAMPINT se ha convertido en una empresa de talla mundial, líder en la gestión de activos, comprometida con el crecimiento de su gente y en armonía con el entorno, garantizando la confiabilidad en los procesos de las empresas más importantes de la industria colombiana, con un equipo altamente competente e innovador.

3.2. Valores corporativos

RAMPINT S.A.S. ha sido una empresa que desde sus inicios ha mantenido firme sus principios de transparencia, verdad, honestidad, rectitud y lucha incansable por triunfar. Transparencia, porque en todo proceso de selección de RAMPINT S.A.S. como contratista se hace de manera pública y cualquier persona interesada pueda obtener información sobre el desarrollo de cada una de las etapas de dicho proceso.

La verdad, porque es una consecuencia lógica de la honestidad, también, por la tranquilidad que genera decir la verdad y ser fiel a uno mismo y a la empresa.

Honestidad, porque es el mejor negocio, por la sola satisfacción de serlo, por sus consecuencias y por la invaluable tranquilidad de uno saberse así.

Rectitud, porque nos enseña el valor de la equidad y justicia. Lucha incansable por luchar.

Referente conceptual

Teniendo en cuenta cada uno de los recursos que en una organización puede llegar a desarrollarse, es claro que, habrá espacio para la consolidación de una cultura organizacional, aquella capaz de liderar, concretar, reunir, consolidar, y en esa medida, orientar hacia una comunicación eficaz. Toda organización cuenta con cultura corporativa, la cual permite mayor adaptación al cambio que pueda ocurrir en su entorno y cada una de las áreas.

En esa medida, el profesional de la comunicación se deberá preocupar por la generación de nuevos espacios, los cuales permitan la expansión de ideas, proyectos y actividades. Clarificar la visión y mejorar cada uno de los modelos necesarios para su ejecución, adaptándose a los cambios de su entorno mediante el aprendizaje y nuevos conocimientos disponibles en la empresa.

“La función de comunicación en la empresa es intangible, compleja y heterogénea. El éxito de la comunicación consiste en gestionarla mediante un departamento o unidad de comunicación y/o un responsable que lleve a cabo la integración de los factores y las técnicas que conlleva su aplicación, dotándola de los medios y recursos adecuados en toda la empresa.” (Galicia, 2010, pág. 25)

Es así, como se logra entender y dimensionar la importancia de un espacio de comunicación en una organización, teniendo en cuenta el flujo de personal que allí opere y se ajuste a la necesidad que requieran. Sin embargo, se recalca la importancia de desarrollar un plan de comunicación, el cual sirve como guía para las actividades que se quieran llevar

a cabo en dicha organización, reconociendo, además, el involucramiento de todas las áreas para la ejecución de lo planteado en dicho documento.

Es necesario que las organizaciones diseñen estructuras comunicacionales más flexibles, capaces de adaptarse a constantes cambios necesarios según las condiciones o necesidades organizaciones, que promuevan equipos de alto desempeño, áreas competentes e integradas, espacios para la innovación e implementación de nuevas ideas. Toda la organización funciona como un engranaje, por tanto, es importante que en ella haya coordinación y direccionamiento, de acciones y toma de decisiones de acuerdo a los objetivos planteados por la gerencia y el cumplimiento de los valores y principios institucionales.

En esa medida, recalcar la importancia y funcionalidad de la comunicación interna, en este caso, como lo define Alejandro Formanchuk, en su desafío cultural para la comunicación 2.0. Pues considera que este tipo de comunicaciones permiten mayor acercamiento para con los medios y canales de información. También, se recalca que, para cualquier organización, el acceso a la comunicación debe ser abierto a todo el personal, sin embargo, de acuerdo a temas de confidencialidad, es importante mayor control del mismo. Las herramientas comunicaciones son de vital uso e importancia cuando se quiere transmitir cualquier tipo de información que conlleve a la participación de un grupo específico dirigido. (Formanchuk, 2010) De ahí que,

“El 2.0 supone una comunicación interactiva donde el personal tenga la oportunidad de intervenir, originar y compartir contenidos bajo un paradigma de red y no simplemente de bidirección ascendente-descendente. Por eso un plan de comunicación interna 2.0 requiere un diseño que no esté centrado en potenciar o multiplicar la capacidad de difusión, sino que se enfoque en maximizar la interacción.” (Formanchuk, 2010)

Es así como se debe enfatizar en las potencialidades de cada trabajador, de las áreas de trabajo para la consolidación de una buena comunicación interna, que el generar contenidos no es sólo del área de comunicaciones, sino también del profesional en cada una de las áreas capaz de informar e interactuar con los demás, basándose en los lineamientos comunicacionales.

Cabe mencionar la importancia del rol y gestión del comunicador social o periodista interno en la organización, pues se considera que está en la capacidad de indagar, capacitar, crear y ejecutar proyectos en pro de hallar soluciones y mejoras en la comunicación de la empresa, con el fin de mantener conectado el sistema integrado de la organización y sus trabajadores. Por tal razón, es necesario revisar qué tan eficiente son los medios o canales que operan en dicha institución. *“las estrategias que el comunicador interno desarrolla responden a un doble sentido: uno en función del desarrollo y optimización de los canales de la comunicación interna y el otro a fin de promover un cambio cultural a largo plazo.”* (Brandolini, 2009, págs. 23, 24)

Sin embargo, no se debe dejar de lado la comunicación externa, aquella capaz de direccionar y evidenciar procesos a un público general sin la necesidad de tener conexión directa con la organización, y que, en caso de ser necesario, se ve implicado en alguno de los procesos que allí se genere. Es importante que los procesos que allí se desarrollen sean

encaminados a mejorar las relaciones con otras organizaciones, y en esa medida, la imagen e identidad de la empresa logre mayor aceptación y difusión, lo cual podría darse a través de voz a voz, plataformas digitales, recomendación por servicios, entre otros.

“la comunicación externa quede vinculada a departamentos tales como relaciones públicas y prensa, marketing, investigación de mercados, comunicación corporativa, etc. todos los miembros de la organización pueden realizar funciones de comunicación externa y de difusión de la propia imagen de la organización. Cuando aumenta el sentimiento de pertenencia, cuando las personas se sienten identificadas con la organización y mejoran las relaciones laborales, transmiten una imagen positiva hacia fuera.” (Puyal, 2001)

En definitiva, se puede reconocer que todos hacen parte de la esfera comunicacional, que lo uno depende de lo otro y que con ello se logran grandes cosas.

Por otra parte, y no menos importante, es reconocer el valor agregado que le da el campo social media a la organización, pues debido a que *“Las redes sociales han transformado la forma en la que las marcas se comunican con los usuarios, rompiendo la barrera que les separaba y poniendo a su disposición una plataforma ideal para establecer una conversación de tú a tú.”* (Juan Clos, 2017).

Finalmente, se logra evidenciar que la comunicación y su gestión dentro de una organización es fundamental para el desarrollo de sus competencias, pues abarca todas y cada una de las esferas en la sociedad en el ámbito interno y externo y de forma bidireccional, desde una perspectiva multidisciplinar.

	<p>Creación de boletines o murales, los cuales permitirán conocer el acontecer de la empresa, sus servicios y acerca mientos por sector.</p>	<p>Desarrollar boletines informativos que evidencien el proceso de actividades internas y/o externas de la organización.</p>																
<p>Visibilizar la marca RAMP INT S.A.S a partir de diferentes medios internos y externos que permitan evidenciar contenidos y piezas publicitarias – comun</p>	<p>Creación de contenidos y piezas publicitarias para plataformas digitales.</p>	<p>Contenido de expectativa que evidencien o promuevan actividades específicas.</p>	<p>6 meses</p>															
	<p>Producción de textos y contenido audiovisual, de interés interno y externo</p>	<p>Redacción de guiones, notas informativas y producción</p>																

<p>icativas.</p>	<p>con la intención de evidenciar procesos de la empresa.</p>	<p>audiovisual.</p>												
	<p>Análisis y descripción de públicos y su reacción ante los diferentes contenidos.</p>	<p>Segmentación de públicos</p>												
<p>Contribuir con la gestión administrativa con todo lo concerniente a la comunicación corporativa de la organización.</p>	<p>Apoyo en la logística de talleres y eventos de la organización.</p>	<p>Acompañamiento en talleres, tales como: transferencia de conocimiento y cubrimiento del mismo, entre otros.</p>												
	<p>Socialización de campañas organizadas</p>	<p>Próximo a socializar subprograma</p>	<p>6 meses</p>											

	adas por la empresa y demás áreas de la organización.	ambiental e instructivo de comunicación																		
	Redacción de proyectos, campañas y demás programas que requieren apoyo desde la comunicación organizacional.	Redacción de subprograma ambiental, instructivos, transferencia de conocimiento en redacción, entre otros.																		

Descripción de las actividades según los objetivos específicos

5.1. Objetivo 1

Apoyar el proceso de fortalecimiento de la comunicación interna para la alineación de los empleados y demás administrativos en los diferentes frentes a nivel nacional (Cartagena, Llanos, Campo Teca y Barrancabermeja).

6.1.1. Guion y edición de vídeo para cumplimiento de las 12 reglas fundamentales de la organización

Se dio inicio al proceso de incentivo y recordación de las 12 reglas fundamentales para el cuidado y protección de los trabajadores a través de 12 videoclips, de los cuales se han divulgado 2 reglas. Esto hace referencia a un programa de difusión, el cual ya estaba en circulación (sin soporte audiovisual) dentro de la organización para con cada uno de sus trabajadores en todas las áreas de trabajo.

Dentro de esta actividad, se realizó el guion y edición del vídeo animado para su divulgación, este material es entregado a los líderes de Sistema de Gestión Integrado, quienes tienen contacto directo con los supervisores HSE y demás coordinadores en áreas de trabajo a nivel nacional.

La importancia de desarrollar estas piezas videográficas, es precisamente la oportunidad para concientizar a los trabajadores, generar un impacto y recordación en cada uno de ellos para su cuidado y protección. *Ver anexo A.*

6.1.2. Realización de piezas publicitarias, haciendo alusión a las 10 reglas que salvan vidas como eje fundamental en la organización

La organización, en compañía de personal profesional calificado para la realización de dichas actividades en locaciones dispuestas por el cliente, ve con gran preocupación la exposición de cada trabajador, sin embargo, asume y toma las recomendaciones dadas por el mismo para el cumplimiento de cada una de las tareas.

Por tal razón, se ha implementado el diseño de piezas publicitarias personalizadas para cada trabajador en cada una de las áreas de trabajo específica. De estas reglas se han podido entregar 4 recomendaciones para trabajo en alturas, espacios confinados, viales y control de trabajo. *Ver anexo B*

6.1.3. Inspección, edición y aprobación de plantillas institucionales

Con la intención de cumplir en cada uno de los proyectos liderados por la organización, se hace necesario la edición de presentaciones ya establecidas con el ánimo de actualizar y en otras oportunidades de proponer y alistar para nuevos proyectos cada una de las temáticas.

En este caso, se realizaron presentaciones solicitadas por gerencia y sistema de gestión integrado en Rampint, como también, diseño y ubicación de información para la inducción de los nuevos contratos de UT Mantenimiento estático VRC y UT Mantenimiento estático VRO, allí la idea principal era proponer y dejar en evidencia lo que representa la organización para su divulgación a nuevos trabajadores, evidenciando políticas, programas, reglas, entre otros. Asimismo, con la divulgación y presentación de las mismas ante los nuevos profesionales, personas que ingresan por primera vez a la organización con la intención de cumplir con tareas específicas en cada uno de los contratos. *Ver anexo C.*

6.1.4. Instructivo para las comunicaciones internas y externas de la organización

La creación de este documento permitirá a todo el personal de la organización darle mejor manejo a las comunicaciones internas y externas, reconocer cada uno de los procedimientos y acatar las normas y lineamientos sugeridos por la gerencia y la unidad de comunicaciones.

De acuerdo a los estándares y actividades que allí se realizan para con los trabajadores, clientes, proveedores, comunidad y demás interesados en conocer un poco más de la organización, se especifican objetivos, metas, ventajas y desventajas al momento de desarrollar cualquier proceso, por ello, es indispensable que todo miembro de la organización conozca, apruebe y aplique las directrices allí mencionadas. *Ver anexo D.*

6.1.5. Política de comunicación RAMPINT S.A.S. y creación de la unidad de comunicaciones

La organización cuenta con 6 políticas institucionales, sin embargo, dentro de las mismas hacía falta la política de comunicación, esta última será la encargada de identificar las obligaciones que deberán ser acatadas por todo el personal en caso de divulgar, recibir o aceptar cualquier tipo de información que comprometa a la empresa.

Por otra parte, servirá de guía y orientación para quienes deseen conocer un poco más de los requerimientos comunicaciones en la organización, identificar funciones, accesos, responsabilidades, cumplimiento en cuanto a los estándares de calidad, entre otros.

También, se dio la oportunidad de concertar con la gerencia para la implementación y puesta en marcha de la Unidad de Comunicaciones, departamento que servirá de apoyo para la gestión de la organización y procesos para con los colaboradores, clientes, proveedores y comunidad en general.

Ver anexo E.

6.2 Objetivo 2

Visibilizar la marca RAMPINT S.A.S. a partir de diferentes medios internos y externos que permitan evidenciar contenidos y piezas publicitarias – comunicativas.

6.2.1. Creación de contenidos y piezas publicitarias para plataformas digitales

En cumplimiento de las actividades planteadas a desarrollar durante la ejecución de la pasantía, se han realizado diferentes piezas publicitarias para su publicación interna y externa, esto en conmemoración del día del hombre, de la mujer, de las madres, diplomas, día del agua, la tierra, por profesión u oficio y demás requerimientos por la gerencia y otras áreas de la organización.

De igual forma, hubo participación de registro fotográfico en diferentes actividades programadas ante las áreas de trabajo en la empresa. *Ver anexo F.*

6.2.2. Producción de textos y contenido audiovisual, de interés interno y externo con la intención de evidenciar procesos de la empresa

Para la página oficial www.rampint.com se han realizado 5 publicaciones noticiosas, las cuales a través de enlace directo con la fan page se han re publicado con la intención de conocer la percepción de los usuarios. Es válido aclarar que la redacción e imágenes allí compartidas han sido de autoría del comunicador social – periodista.

Cada una de las publicaciones han sido avaladas y aprobadas por la gerencia, asimismo, se reconoce el cumplimiento y asistencia a cada uno de los eventos que se mencionan. Es importante reconocer la importancia de alimentar estas plataformas, siendo un recurso esencial para la interacción entre empresa, cliente y usuarios. *Ver anexo G.*

6.2.3. Análisis del estado actual de la página web y fan page

Página Web: Teniendo en cuenta la ficha de análisis sitio web y redes sociales de Zully Velazco y Óscar Cabeza (Velazco & Cabeza, 2014), se puede revisar las actividades desarrolladas en redes y página web de la organización, con el fin de analizar cada una de las interacciones (emisor – receptor) para con cada una de las publicaciones en la fan page en Facebook, y uso de la página web www.rampint.com, publicaciones estáticas y contenidos generados según evento programado o solicitado por gerencia. Asimismo, revisar cuán útil es para la comunidad la opción de contacto y pqr, disponible al público general e interesado en contactarse con la organización.

La página web de la organización cuenta con todas las especificaciones para que tanto personal de la empresa como público de interés general pueda acceder a cada una de las opciones pertinentes para recibir información y solicitar la misma a través de las opciones ya mencionadas.

En esta plataforma se puede encontrar los servicios que la organización ofrece a sus clientes, a su vez, impactos sociales, los cuales cumplen con lo requerido en su compromiso y responsabilidad corporativa, también, se podrá encontrar quiénes son, información del centro de entrenamiento, noticias, contacto, pqr y enlace directo a la red social Facebook.

Por otra parte, es válido aclarar que el tipo de información que allí se publica es estático, sin embargo, existen, de acuerdo a cada situación, eventos, actividades o requerimientos por las gerencias de la compañía para publicaciones específicas y se hace el contenido para publicar directamente en la página.

Es importante reconocer que la organización hace parte del sector Oil and Gas, y que como su slogan lo indica, hacen ingeniería, montaje y mantenimiento. Es así como la información que allí se divulga, hace referencia a sus intereses, tanto suyos como el de los clientes y trabajadores, sin dejar de lado a los demás interesados en conocer el trabajo y demás actividades que realizan. Sin embargo, es válido aclarar que a través de ella se

pueden generar información directa de vacantes, certificados, peticiones, quejas, reclamos y sugerencias, asimismo, contactarse por medio de la opción contacto y pasar algún requerimiento o documento en caso de no estar cerca a las instalaciones de la empresa o sus frentes a nivel nacional.

En la página se pueden encontrar enlaces directos que permiten la conexión con otras plataformas digitales, incluso, descarga de documentos, vídeos y fotografías.

La ficha de análisis permite comprender la ausencia de la descripción del equipo de trabajo de la empresa, asimismo, de encuestas, correos de todo el personal, así sea por departamento, esto con el fin de lograr una buena comunicación entre las partes interesadas y la organización.

Fan page: Ahora bien, la organización cuenta con una red social en Facebook (fan page) con más de 1.255 seguidores y 1.219 me gusta, la mayoría de ellos son personas interesadas en la empresa, del sector industrial y trabajadores de la misma. En Facebook aparece como: Rampint. Allí, de acuerdo a las especificaciones relacionadas en la ficha de análisis y la información hallada en la organización, es claro afirmar que en materia de divulgación a través de su plataforma digital, se publicarán tarjetas con alusión a días especiales y/o conmemoración, vídeos, noticias y demás información (enlaces) emitidos por la página principal de la empresa, esto con el fin de identificar las reacciones y comentarios de los usuarios en red.

En la fan page se evidencia participación de usuarios a través de comentarios, me gusta y veces compartida de cada publicación. Asimismo, se recalca la interacción entre usuario y empresa por medio de mensaje directo, donde reciben información de acuerdo a su solicitud con la intención de ser remitido a quien corresponda.

La organización es consciente de lo que publica y expone ante la opinión pública a través de su plataforma, pues ha sido útil en cuanto a temas de comunicado de prensa y opinión pública con relación a sus actividades desarrolladas a nivel nacional.

Ver anexo H.

6.2.4. Redacción de comunicados internos y externos

Es claro que, para mantener buenas relaciones entre los miembros de la organización y personal externo a la misma, se deben implementar estrategias comunicacionales que permitan una interacción óptima que promueva las buenas conductas, el respeto y la tolerancia.

En este caso, se llevó a cabo comunicados internos para el buen uso del uniforme y elementos de protección personal, asimismo, comunicados externos, donde se manifestó el procedimiento de contratación de la empresa, así como un comunicado con disculpas a la comunidad por alterar el orden público por parte de algunos trabajadores en Cartagena, entre otros.

Ver anexo I.

6.2.5. Apoyo audiovisual para contenidos programados por los operadores en planta

Con base en las necesidades expuestas por los trabajadores y en cumplimiento a las exigencias del cliente, se ha realizado edición y manejo de lenguaje oral y corporal para la implementación de nuevas estrategias comunicativas, esto con el fin de orientar y capacitar al personal que ingrese a dicha zona o frente en las plantas de refinería de Barrancabermeja.

Ver anexo J.

Por otra parte, cabe mencionar que, durante la parada de planta en la ciudad de Cartagena, se apoyó en las entrevistas a profesionales del área en cumplimiento de actividades específicas en las Unidades Operaciones, reconocidas en RefiCar como U-110, U-115, U-116 y U-124, las cuales estuvieron intervenidas y operadas por Rampint S.A.S. en un periodo no mayor a 25 días.

Es así, como se contrató a una agencia de producción audiovisual para la realización de los 5 videos, 1 general y 4 específicos para la realización de trabajo seguro. La

participación del practicante en comunicación social - periodismo fue de gran impacto para la organización, allí asistió en gran parte durante la Parada de Planta con entrevistas, divulgación de actividades y procesos comunicativos para con el personal de la empresa.

Los miembros de la agencia contratada para la ejecución y registro de los procesos de trabajo seguro (vídeos específicos) en Cargue y descargue del catalizador, proceso de torque controlado, limpieza de intercambiadores, mantenimiento eléctrico e instrumentación y vídeo general de la parada de planta en las unidades ya mencionadas estuvieron a cargo del pasante en comunicación social – periodismo, responsable de todo el proceso audiovisual a realizar. El rodaje tuvo un tiempo aproximado de 2 semanas de día y noche.

Ver anexo K.

6.3 Objetivo 3

Contribuir con la gestión administrativa con todo lo concerniente a la comunicación corporativa de la organización.

6.3.1. Apoyo en la logística de talleres y eventos de la organización

Hubo lugar para cada una de las áreas de trabajo que requerían apoyo y acompañamiento por parte del practicante en comunicación social – periodismo, quien tuvo la responsabilidad de recopilar evidencias fotográficas, audios, vídeos y creación de piezas publicitarias, libros y demás recursos necesarios para el cumplimiento de las actividades exigidas.

Para ser específicos, en esta oportunidad se diseñó el libro para educación continua como certificado en cuanto al cumplimiento de las actividades y talleres por parte de los trabajadores operativos, también, se diseñó imagen (flayers) para el área de Sistema de Gestión Integrado, quienes buscan activar el programa de salud y medio ambiente, asimismo, del centro de entrenamiento con el que cuenta la empresa.

Por otra parte, se coordinó en colaboración de la líder de talento y desarrollo humano, junto con el asistente jurídico y auxiliar del departamento humano el evento del día de la familia, actividad que contó con la presencia de más de 600 personas, entre esos niños y adultos, personal logístico, recreacionistas, bomberos, etc. Se realizó un plan de acción con sus respectivas actividades, costos, cantidad de personas.

Ver anexo L.

6.3.2. Socialización de campañas organizadas por la empresa y demás áreas de la organización

La unidad de comunicaciones en colaboración del Sistema de Gestión Integrado (SGI), llevaron a cabo la redacción del programa ambiental, propuesta avalada por la gerencia y aprobada por la fundación: **YO LLENO UNA BOTELLA DE AMOR**, esto con la intención de reducir contaminación en la ciudad y contribuir con el ambiente y la salud de las personas.

Para esta actividad, se contó con la participación de todos los frentes de trabajo a nivel nacional para su ejecución, asimismo, de personal externo a la empresa, interesados en participar y contribuir con esta noble causa.

El practicante realizó la propuesta (documento), presentación del programa y el guion y edición del vídeo explicando el paso a paso del programa.

Ver anexo M.

Por otra parte, se apoyó en la elaboración del documento del proceso de selección de personal para el área de Talento y Desarrollo Humano. La intención del documento es dejar por escrito todo el proceso que se realiza teniendo en cuenta lo constatado ante la ley en cada uno de los frentes de trabajo.

Ver anexo N.

También, se apoyó en la gestión comunicativa para el concepto de imagen, desarrollo y divulgación del programa: VIBRA Y CONTAGIA. El cual busca mayor conexión con los trabajadores en cuanto al concepto orientado por la líder de talento humano, relacionado al riesgo psicosocial evidenciado en la empresa.

Ver anexo Ñ.

Conclusiones y recomendaciones

Teniendo en cuenta los meses laborados como pasante en la organización, se puede evidenciar el alto grado de compromiso por parte de la organización en aras de implementar la unidad de comunicaciones, esto con el fin de reorientar las comunicaciones de la empresa. Asimismo, es válido aclarar que los procesos comunicaciones en la institución han sido subcontratados por empresas y/o personas prestadoras de este servicio, sin embargo, se evidencia ausencia de conformación de procesos y proyectos que validen la autenticación de cada accionar en esta área.

La implementación de documentos, instructivos, manuales, políticas, piezas publicitarias, vídeos, plantillas, socializaciones, entre otras, han sido el eje central de esta pasantía, por tanto, es indispensable fortalecer cada uno de estos lineamientos basados en un plan de comunicación y estrategias sugeridos por el profesional del área y las gerencias de la organización.

Al finalizar la pasantía se logró cumplir a cabalidad cada uno de los objetivos planteados para el cumplimiento de las actividades, sin embargo, en proceso se encuentra la realización y ejecución del boletín institucional como evidencia de procesos organizacionales. Por otra parte, y teniendo en cuenta el alineamiento y visibilización de la organización en el ámbito interno y externo, se ha logrado que tanto colaboradores e interesados en la empresa, reconozcan el valor empresarial a través de espacios de comunicación asertiva, de identificar la marca, sus procesos y responsabilidades. A su vez, se logró consolidar la Unidad de Comunicaciones y en su representación, el gestor de comunicaciones como responsable de esta área en la organización con la intención de mantener activos los procesos comunicacionales, permitiendo mayor interacción entre los públicos de interés gracias la información brindada, a los espacios creados y al apoyo desde la gestión comunicacional en todas las áreas de la empresa.

Lista de referencia

Referencias

- Brandolini, A. (2009). *Comunicación interna*. Buenos Aires, Argentina: DIRCOM.
- Formanchuk, A. (2010). *www.formanchuk.com.ar/todosignifica* . Obtenido de <http://formanchuk.com.ar/wp-content/uploads/E-book-Comunicacion-interna-2.0-Alejandro-Formanchuk.pdf>
- Galicia, B. (21 de 02 de 2010). *Bic Galicia*. Obtenido de http://cristinaaced.com/pdf/planComunicacion_BIC%20Galicia.pdf
- Juan Clos, C. (23 de 03 de 2017). *www.iebschool.com*. Obtenido de <https://www.iebschool.com/blog/como-crear-plan-social-media-marketing-redes-sociales/>
- Puyal, E. (2001). *ciberconta unizar*. Obtenido de <http://www.ciberconta.unizar.es/leccion/comui/100.HTM>
- RAMPINT. (2017). *WWW.RAMPINT.COM*. Obtenido de <http://www.rampint.com/>
- Ritter, M. (octubre de 2008). *WWW.LACRUJIAEDICIONES.COM.AR* . Obtenido de <https://es.scribd.com/doc/243327774/Michael-Ritter-eBook-CULTURA-ORGANIZACIONAL-2008-pdf20131106-30732-1x9ebl7-libre-libre-pdf>
- Velazco, Z., & Cabeza, Ó. (2014). *Revista temas*. Obtenido de <https://www.zullydigital.com/descargar-material>
e <https://www.iebschool.com/blog/como-crear-plan-social-media-marketing-redes-sociales/>

Anexos

Anexo A:**GUIÓN PARA LA PRODUCCIÓN DE 12 REGLAS BÁSICAS DE TRABAJO EN CAMPO “Mi compromiso de seguridad, salud en el trabajo, ambiente y calidad”**

Apreciado trabajador, la siguiente información es de vital importancia para el cumplimiento de sus labores asignadas por el personal Rampint autorizado, por tal razón, agradecemos le preste mucha atención a esta regla básica en su compromiso con su seguridad, salud en el trabajo, ambiente y calidad.

REGLA #1

ORDEN PRESENTACIÓN	CONTENIDO
1	Hola, mi nombre es Pinto... Hoy quiero compartirles algo muy importante para mí
2	¿Sabías que en nuestra organización todos asumimos un compromiso de seguridad, salud en el trabajo, ambiente y calidad?
3	Existen 12 reglas fundamentales dentro de la organización. Estas deben ser acatadas por todo el personal Rampint.
4	La primera, consiste en asegurarnos de estar en condiciones óptimas para trabajar, antes de iniciar sus labores, recuerda recibir siempre la inducción HSEQ.
5	Allí se divulgarán las políticas, objetivos, plan de emergencia, uso de elementos de protección personal, entre otros.
6	Porque tú nos importas, ten siempre presente esta regla fundamental, seamos responsables con nosotros mismos y la organización...
7	Nos vemos en una próxima ocasión. ¡Gracias!



Anexo B:



**ESPACIOS
CONFINADOS**

RAMPINT
INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO

REGLAS QUE SALVAN VIDAS

- ◆ Ingreso si estoy apto físicamente y he recibido entrenamiento.
- ◆ Confirmo que todas las fuentes de energía están aisladas.
- ◆ Confirmo que la atmósfera fue probada y está monitoreada.
- ◆ Utilizo el medio de protección de respiración adecuado al riesgo.
- ◆ Confirmo que haya un vigía de seguridad disponible y mantengo comunicación permanente con él.
- ◆ Confirmo que haya un plan de rescate disponible y operativo.

RAMPINT
INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO

 <p>CONDUCCIÓN SEGURA</p> <p>RAMPINT INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO</p>	<p>REGLAS QUE SALVAN VIDAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Reviso los riesgos de mi desplazamiento y aseguro que mi supervisor sepa sobre mi traslado y ruta a tomar. ▶ Inspecciono el vehículo antes de conducir y verifico la revisión tecno mecánica. ▶ Conduzco sin efectos del alcohol o sustancias psicoactivas. ▶ Hago uso del cinturón de seguridad y aseguro que los pasajeros lo utilicen. ▶ Llevo sólo el número de pasajeros permitidos y si transporto carga verifico que esté bien asegurada, sin exceder la capacidad del vehículo. ▶ Mientras conduzco nunca hago uso de teléfono celular u otros elementos que me distraigan. ▶ No conduzco si estoy cansado o he tomado medicamentos que puedan afectar mis condiciones de alerta. <p>RAMPINT INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO</p>
 <p>CONTROL DE TRABAJO</p> <p>RAMPINT INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO</p>	<p>REGLAS QUE SALVAN VIDAS</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Obtengo un permiso de trabajo, sólo si es requerido. ▶ Identifico los peligros, evalúo el riesgo y aplico los controles para el desarrollo del trabajo. ▶ Desarrollo sólo la actividad definida en el permiso, en el equipo o área indicada y cumpla el procedimiento. ▶ Desarrollo el trabajo sólo si soy competente para realizarlo. ▶ Suspenso, analizo riesgos, informo y obtengo autorización para continuar, si cambian las condiciones de trabajo. ▶ Suspenso el trabajo si hay alguna condición insegura. <p>RAMPINT INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO</p>



**TRABAJOS
EN
ALTURA**

RAMPINT
INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO

REGLAS QUE SALVAN VIDAS

- ▶ Verifico mi certificado de competencia y sólo trabajo en alturas si me encuentro apto físicamente.
- ▶ Obtengo el permiso y certificado necesarios.
- ▶ Inspecciono mi equipo de protección contra caídas antes de usarlo.
- ▶ Me mantengo siempre asegurado a un punto de anclaje validado como seguro.
- ▶ Aseguro herramientas y materiales de trabajo para prevenir caídas de objetos.
- ▶ Verifico que haya un plan de rescate disponible y operativo.

RAMPINT
INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO

Anexo C:

- 1 
- 2 
- 3 
- 4 



¿ QUIÉN ES UN HSE RAMPINT ?



HSE
HEALTH. SAFETY. ENVIRONMENT.

ES UNA PERSONA QUE VE LO QUE LOS DEMÁS NO VEN





RAMPINT
INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO

Programa de acciones disciplinarias







PRESENTACIÓN CORPORATIVA

RAMPINT
REPARACIÓN, MANTENIMIENTO Y MANTENIMIENTO

Barrancabermeja, 6 de marzo de 2019



UT MANTENIMIENTO ESTÁTICO VRC

Inducción General para Nuevos Trabajadores



UT MANTENIMIENTO ESTÁTICO VRC

PROGRAMA DE INDUCCIÓN Y REINDUCCIÓN EN SST- AMBIENTE Y CALIDAD



Anexo D:

INSTRUCTIVO COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA RAMPINT S.A.S

Dentro del marco de calidad y el cumplimiento de buenas prácticas se ha establecido un sistema de comunicación interno accesible a todo el personal de la organización, el cual permite mayor garantía y eficacia de acuerdo al sistema de gestión. La alta dirección establece procesos de comunicación dentro de la empresa con el objetivo de propiciar información oportuna a todo el personal de manera rápida y efectiva, asimismo, crear confianza bidireccional y, en esa medida, identificar oportunidades de mejora. El correcto proceso de una comunicación estratégica dentro de la organización es precisamente la transformación que se generaría con todo el personal.

- Confianza
- Emisión y recepción de información
- Oportunidades de mejora

Política de comunicación:

Toda información emitida por la organización debe cumplir con cuatro variables de comunicación:

- Claridad: uso de un lenguaje sencillo, de fácil entendimiento.
- Oportunidad: llegar en el momento preciso y adecuado.
- Coherencia: consistencia entre lo que se piensa, se dice, siente y hace.
- Veracidad: transparencia, sin engaños, verdad.

Igualmente, se debe tener en cuenta que un proceso de comunicación efectivo y completo debe garantizar que existan los canales más adecuados para una buena retroalimentación, es decir, que la información emitida fluya en ambos sentidos: emisor-receptor-emisor. Hay que evitar que la comunicación de la organización se convierta en un discurso unidireccional, en el que sus audiencias no puedan participar.

Rampint S.A.S. garantizará a los funcionarios, empleados y demás stakeholders primarios de la organización los medios necesarios para acceder a la información interna de manera eficaz a través de:

1. Comunicación interna

1.1. Correos corporativos

Con el objetivo de optimizar recursos, se plantea hacer uso de los avances tecnológicos y, en esa medida, agilizar la comunicación y generar inmediatez a través de este servicio. Por tal razón, es recomendable hacer uso de esta con el fin de generar material probatorio en caso de ser necesario al momento de enviar o recibir información.

La comunicación interna electrónica es uno de los medios que más se desarrollarán en un futuro inmediato, ya que permite la difusión rápida, simultánea y completa de información escrita y audiovisual, así como la interacción.

El uso del correo electrónico supera el acto mecánico de enviar y recibir mensajes. Más que una moda tecnológica, el *e-mail* se ha convertido en una herramienta de primera necesidad que supera el ámbito de lo personal y se relaciona directamente con el laboral.

Ventajas:

- Entrega inmediata. No requiere acuerdos de día y hora, puesto que no maneja tiempo real de los involucrados.
- Confidencialidad. Es un servicio confiable y privado pues, al tener clave de acceso, no es posible que otro usuario lea la correspondencia de un correo diferente al suyo.
- Multidifusión.
- Fácil trámite y distribución.
- Relativa profundidad del mensaje.
- Permite retroalimentación e intercambio.
- Flexibilidad en la variedad de los contenidos. Permite el intercambio de correspondencia bien sea esta de orden laboral o personal.

Desventajas:

- Requiere de permanente actualización de base de datos de audiencias (mails), de lo contrario no podrá tener cobertura del 100% de las mismas.

Relación de correos corporativos activos:

E-mail	Área
	Gerencia Administrativa
	Gerencia Operativa
	Talento Y Desarrollo Humano
	Sistema de Gestión Integral
	Licitaciones
	Compras
	Tesorería
	Contabilidad
	Oficina Jurídica, relaciones y entorno.
	Almacén
	Mantenimiento
	Gestión de activos
	Administradoras de contrato
unidad.comunicaciones@rampint.com	Unidad de comunicaciones

Importante: Todo responsable de área o departamento de la organización, deberá responder de manera rápida y oportuna a toda información solicitada. En caso de no contar con información suficiente o a su alcance, este deberá excusarse y solicitar tiempo prudente para responder a dicha solicitud. Cabe mencionar que la revisión a este servicio tendrá que ser constantemente actualizada durante su horario laboral.

1.2. Números corporativos o personal

De acuerdo a las necesidades, inmediatez y contacto directo con personal de la organización, hace que la comunicación sea mucho más efectiva y directa para transmitir o recibir información. Sin embargo, esta no suministra material que soporte dicha comunicación. Únicamente la hora y tiempo de duración, de acuerdo al sistema o aplicación de apoyo.

ÁREA	PERSONAL	CORPORATIVO
Gerencia Administrativa		
Gerencia Operativa		
Talento y Desarrollo Humano		
Sistema de Gestión Integral Lauren Flórez Ommar Meza		
Licitaciones		
Compras		
Tesorería		
Contabilidad		
Jurídico, relaciones y entorno		
Almacén		

Mantenimiento		
Gestión de activos		
Administradoras de contrato: Brillythe Díaz Doris Gómez Purificación Corzo Noelia Cárdenas		
Unidad de comunicaciones		

Importante: Todo miembro de la organización deberá responder a la solicitud o información requerida por personal interno y externo a través de los números corporativos o cualquier otro servidor móvil suministrado para responder a las exigencias de la empresa. Sin embargo, en caso de no contar con este recurso, el empleado facilitará número de contacto donde se le pueda localizar en caso de ser necesario durante su horario laboral.

1.3. Oficios internos

Objetivo: Este tipo de comunicaciones se llevan a cabo cuando es necesario transmitir información de carácter interno de la empresa y es indispensable adquirir copia escrita del mismo; su uso es escaso y este hace mayor presencia cuando no todo el personal tiene correo corporativo. (Este se omite entre jefes de área, a menos de ser requerido y entregado a todo el personal de la organización).

Consecutivo: corresponde a:

1. Sigla DI: Relacionado a la comunicación interna de la empresa.
Sigla DE: Relacionada a la comunicación que se genera para personal externo de la empresa.
2. Consecutivo del área que genera la comunicación, esto con base en las siglas establecidas por cada área y consecutivo de la misma.
3. Números del consecutivo de la comunicación.
4. Dos últimos dígitos del año en que se genera la comunicación.

Ejemplo:

Comunicación interna: DI-UC-001-19

Comunicación externa: DE-UC-001-19

1.4. Presentación en diapositivas e informes:

El personal, miembro de la organización, deberá respetar y hacer uso de las herramientas ofrecidas por la entidad. Para el caso de la Gerencia Administrativa y Operativa, existe una presentación única y exclusiva, allí podrá evidenciar proyectos y demás información que quieran compartir con miembros de la organización o público externo a Rampint.

También, es válido aclarar que, para los representantes de cada área de trabajo o departamento de la organización, existen dos opciones de presentación en diapositiva, apta para publicar información pertinente y de rápida socialización con clientes, trabajadores, comunidad, etc.

En caso de no contar con los respectivos formatos, estos podrán ser solicitados a la Unidad de Comunicaciones a través del siguiente correo electrónico

unidad.comunicaciones@rampint.com

1.5. Reuniones:

La palabra reunión (re - unión) significa reagrupamiento y unificación. Una reunión es la conjunción de un grupo de individuos unidos por un asunto que le es común y, por lo tanto, tienen un interés mutuo en abordarlo.

Uno de los medios de comunicación directa de mayor impacto organizacional son las reuniones, ya que permiten una retroalimentación inmediata y una mayor implicación de los miembros. Estos espacios facilitan la comunicación (transmisión de mensajes en grupo) y, por ende, la solución de problemas y la toma de decisiones.

Los siguientes parámetros generales garantizan la efectividad, dinámica y productividad de las reuniones. Sin embargo, estos pueden variar, en mayor o menor medida, de acuerdo con las necesidades, perfiles de los participantes y propósitos de las reuniones existentes en la organización.

Preparación y planificación de una reunión: Es preciso preparar con anterioridad la reunión, trazar un plan para el desarrollo de la misma, ya sea esta de cinco minutos o de una hora.

Tenga en cuenta lo siguiente:

- Fecha de la reunión.
- Hora de inicio y hora de finalización.
- Lugar en que se efectuará la reunión.
- Miembros e invitados: personas que pueden hacer una contribución efectiva, ya sea por sus conocimientos, experiencia o capacidad de análisis.
- Objetivo de la reunión.
- Agenda de temas a tratar.
- Envío de información previa.
- Iniciar puntualmente la reunión: no comenzar una reunión a la hora señalada es una forma de premiar la tardanza de los ausentes y castigar la puntualidad de los presentes.
- Exponer el propósito de la reunión y el resultado que de ella se espera.
- Escuchar y responder con empatía.
- Alentar la participación de todos. Impedir monopolizar la discusión.
- Restringir las divagaciones.
- Administrar el tiempo: el no terminar la reunión a la hora indicada, genera tensiones innecesarias y una inevitable distracción de la atención.
- Concluir y resumir los aspectos claves.
- Adoptar un papel democrático (no autoritario)

- Formulación y reproducción del acta de la sesión, que incluya todos los acuerdos adoptados, las responsabilidades asignadas y los plazos establecidos para el cumplimiento de las mismas.
- Distribución del acta a todos los participantes.
- Evaluación de la reunión.

1.6. Carteleras – Murales:

Se encuentran ubicadas en el área administrativa y cada uno de los frentes a nivel nacional, la responsabilidad de publicar la información será del personal que se encuentre realizando labores en dicha área.

Todo comunicado debe ser coherente con la filosofía, el reglamento y los lineamientos de la organización.

- Horarios de atención
- Información general para empleados y directivos
- Eventos culturales, académicos (talleres – capacitaciones), celebraciones especiales, información de interés laboral, etc.

El uso de carteleras se presta para la realización o complemento de campañas. También puede ser un medio complementario a otros medios.

Ventajas:

- Sencillez y flexibilidad, ya que permite difundir variedad de información.
- Control de la información publicada.
- Información de fácil distribución.
- Cobertura del 100% (cuando tiene buen manejo)
- Oportunidad (Informar en el momento justo y necesario)

Desventajas:

- No permite argumentación, sólo mensajes puntuales.
- Sólo se consulta en lugares específicos.
- Cautela con información confidencial.
- No facilita la retroalimentación directa. Informa, no comunica.

2. COMUNICACIÓN EXTERNA

Toda comunicación deberá ser sometida a revisión por la gerencia administrativa y operativa, asimismo, del funcionario encargado del área que emite la información. También, asumir con responsabilidad el tema de netiqueta es de suma importancia para la organización, esto evitaría conflictos o desagrazos en la comunicación dentro de las diversas plataformas que se utilicen.

Objetivo: La comunicación externa corresponde a toda la información que va fuera de la organización, no hace parte de estas comunicaciones las realizadas entre los diferentes frentes a nivel nacional.

Este tipo de comunicaciones por lo general se imprimen en hoja membretada, por tal razón, es necesario solicitar el formato al encargado de cada área en caso de necesitarlo.

Archivo: Estas comunicaciones serán archivadas en el área respectiva de acuerdo al consecutivo en orden cronológico y separadas las recibidas a las enviadas.

Consecutivo: Cada área debe tener un listado de los números que permita identificar cuáles consecutivos han sido utilizados para dar seguimiento a las comunicaciones, asimismo, es claro afirmar que solamente pueden generar comunicados externos las gerencias, líder de talento humano y área financiera o encargadas de los diferentes contratos en cada uno de los frentes.

Importante: Todo el personal que labore para la organización, deberá cumplir con unas pautas necesarias para la redacción de correspondencia física y digital:

- Cuidar la ortografía y el lenguaje con que se emite el mensaje, asimismo del estilo y la gramática, pues todo lo que se transmita con sello de la empresa, reflejará su identidad.
- La redacción de un correo u oficio debe realizarse de manera profesional. Sería muy desagradable que el destinatario encontrara errores que se pueden identificar y corregir antes de emitir el mensaje.
- Utilice mayúsculas y minúsculas correctamente.
- Separe el texto en párrafos. Es más fácil leer un texto estructurado en párrafos que un interminable mensaje de texto continuo.
- Quien emita mensajes deberá ser claro y contundente.
- Todo mensaje va acompañado de un saludo, contenido e información junto con la despedida y la firma o nombre del emisor.
- Tenga cuidado con el uso de siglas, regionalismos o expresiones idiomáticas.

2.1. Públicos externos

Es importante la asignación de responsabilidades en cada área de trabajo, esto con el fin de generar una comunicación bidireccional con la persona que emite y recibe información, precisamente para el caso de clientes, proveedores y comunidad en general.

Área responsable	Contacto	Partes Interesadas
Compras		Proveedores

Licitaciones		Clientes
Talento y Desarrollo Humano		Comunidad
Gerencia Administrativa		Alianzas estratégicas
Jurídico, relaciones y entorno.		Sindicatos

Los responsables de estas áreas responderán a cada una de las solicitudes exigidas por las partes interesadas que aquí se describen, de manera responsable, respetuosa y profesional.

2.2. Comunicado a la opinión pública – medios de comunicación:

De acuerdo a los servicios e intereses que vinculan a la organización con sus aliados empresariales, administrativos, empleados, proveedores, clientes, sindicatos y comunidad en general. La única persona autorizada para brindar declaraciones ante la opinión pública y medios de comunicación es Gerencia Administrativa y Operativa, sin embargo, en caso de no estar presente y sea necesario designar a otro profesional en el área, será única y exclusivamente responsabilidad de las gerencias.

- Los involucrados deberán consultar a expertos y miembros de la organización para hallar solución y ser coherentes en la redacción del comunicado.
- El profesional designado deberá firmar un apoderado, asumiendo con rectitud, integridad y honestidad lo asignado por gerencia en nombre de la organización.

2.3. Social media

Es ideal para dar a conocer cada una de las actividades, proyectos y demás anuncios para toda la comunidad Rampint o interesados, asimismo, son plataformas y herramientas que permiten la generación del primer contacto entre el público general y empresa.

- 1- Página oficial: www.rampint.com oportuna para visibilizar temas de interés de la organización, brindando información permanente. También, pertinente para que personas externas interesadas en contactarnos le sea útil, fácil, rápido y sencillo en la opción **contacto**.
- 2- Redes sociales: Fan Page, idónea para compartir y replicar datos de interés publicados a través de la página oficial de la organización, asimismo, generar otro tipo de contenidos que involucre el personal de la empresa. En materia de público externo, se recibirían los mensajes generados por cada visitante, a quien

responderíamos de manera oportuna a sus inquietudes o sugerencias. Por otra parte, Instagram, ideal para compartir imágenes y vídeos de corta duración, perfecta para compartir con el público interno y externo frente a las actividades que se desarrollan dentro y fuera de la organización.

- 3- Youtube, será la plataforma para que interesados en las actividades rampint, talleres, instructivos y demás sean visibilizados y compartidos con el fin de replicar la información y sirva de apoyo a todo público interesado del contenido suministrado.
- 4- (PQRS): En aras de garantizar y brindar un mejor servicio y valiendo el derecho que tienen todas las personas para presentar ante cualquier entidad prestadora de servicios una petición, queja, reclamo o sugerencia. Se ha diseñado este espacio, para que de manera atenta y respetuosa se atienda a la solicitud que se manifieste a través de esta plataforma. Es de suma importancia responder a dicha solicitud de acuerdo a los parámetros establecidos acorde a la ley y políticas de la organización.

RESPONSABLE	CONTACTO
Ronaldo Medina Albear	

Importante: El personal Rampint se compromete a respetar las opiniones expuestas por particulares en cada una de las plataformas digitales, a su vez, en caso de ser necesario, divulgará información de interés a través de la opción “compartir”. Por otra parte, cuidará de su imagen y la de la organización en caso de especificar en sus redes sociales personales que trabajan para la empresa Rampint.

Anexo E:

La forma en que nos comunicamos con otros y con nosotros mismos, determina la calidad de nuestras vidas.

Anthony Robbins.

CONTROL DE MODIFICACIONES	
Versión	MODIFICACIONES

POLÍTICA DE COMUNICACIÓN RAMPINT S.A.S.

La comunicación en la organización es parte fundamental para el cumplimiento y afianzamiento de nuevas ideas, proyectos, metas y objetivos empresariales. Por tal razón, asumimos con total disposición y responsabilidad las formas comunicaciones dispuestas a todo el personal administrativo, directivo, clientes, proveedores y colaboradores, asimismo, de los interesados en la organización y en cada uno de nuestros servicios, esto con el fin de generar buenas prácticas en la comunicación interna y externa, permitiendo espacios de mayor interacción y asertividad en cada actividad, comunicado y/o solicitud.

Nuestra organización velará por el cumplimiento de las nuevas formas comunicaciones, las cuales se adaptarán de manera unánime por todos los integrantes de la organización en cada frente de trabajo a nivel nacional. De igual forma, nos comprometemos a incentivar y promocionar buenos hábitos comunicaciones, expresión oral, corporal y escrita, con la intención de mejorar y afianzar lazos comunicaciones entre miembros internos y externos de la organización.

La política de comunicación hace parte del eje fundamental para la planeación estratégica de proyectos y relacionamiento adecuado con personal interno y externo de la organización, con el fin de garantizar la eficiencia y transparencia en cada uno de los procesos administrativos y operativos.

También, se hace necesario la reorientación comunicacional establecido desde la gerencia, talento y desarrollo humano en cooperación con la unidad de comunicaciones en la organización, garantizando un acercamiento viable que permita una comunicación asertiva y bidireccional, de participación y en cumplimiento de la misión, visión y objetivos planteados, respetando las directrices y lineamientos en cuanto a imagen y buenas relacionales personales y labores.

Misión

Trabajamos de forma confiable, responsable y apasionada; asumiendo retos que generen valor a la industria colombiana mediante servicios de ingeniería, montaje y mantenimiento.

Visión

Corre el año 2021 y Rampint se ha convertido en una empresa de talla mundial, líder en la gestión de activos, comprometida con el crecimiento de su gente y en armonía con el entorno, garantizando la confiabilidad en los procesos de las empresas más importantes de la industria colombiana, con un equipo altamente competente e innovador.

Objetivos

-  Disponer e involucrar la política de comunicación en cada uno de los procesos de la organización, teniendo en cuenta la viabilidad y los lineamientos necesarios para la ejecución del mismo en los términos que establezca la gerencia.
-  Fomentar y promocionar las buenas prácticas y mejoras en las relaciones internas y externas dadas en la organización y público de interés.

Alcance

Toda política organizacional deberá ser acatada por el personal que labore en la empresa, de igual forma, interesados en hacer uso de nuestros servicios, quienes deberán informarse del mismo. El cumplimiento de los lineamientos específicos en este

documento, garantizará el uso apropiado del mensaje e información interna y externa transmitidos y direccionados a quienes corresponda.

Cabe resaltar la importancia de los procesos de sostenibilidad y responsabilidad empresarial, de las alianzas y compromisos organizacionales y comunicacionales, de la inclusión, la tolerancia, el respeto y la transparencia para con las personas, de la enseñanza y la pedagogía que se instaure en cada actividad, proyecto, documento o relación con el otro.

Es así, como a partir de esto, todos los profesionales y miembros activos de la organización, deberán cumplir con los lineamientos aquí establecidos para la ejecución de sus actividades, teniendo en cuenta su incidencia y alcance comunicacional en cada uno de sus procesos.

Condiciones generales

Teniendo en cuenta el Sistema de Gestión Integrado y el compromiso por cumplir a cabalidad con los estándares de calidad para su dirección, coordinación y ejecución de acciones que contribuyan al buen manejo, la seguridad, el ambiente, el posicionamiento y objetivos de la organización, se considerarán las siguientes condiciones generales, sin obviar las normas ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, OHSAS 18001:2007, Norsok standards, Consejo Colombiano de Seguridad (CCS) y Registro Uniforme para Contratistas (RUC), sin más, tenga en cuenta los puntos a mencionar a continuación:

- Toda información emitida por la organización debe dar cumplimiento a cuatro variables de comunicación: claridad, oportunidad, coherencia y veracidad, asimismo, en concordancia con los objetivos planteados por la empresa.
- Garantizar la viabilidad de uso y acceso oportuno de los diferentes canales de información dispuestos a fortalecer el proceso comunicativo en ámbito interno y externo de los interesados.
- La política de comunicación de RAMPINT S.A.S. deberá ser asumida por todo el personal administrativo, directivo y operativo de la organización, con la intención de brindar una comunicación asertiva, efectiva y oportuna.
- Cada uno de los miembros de la organización deberá transmitir a sus interesados una comunicación idónea y transparente, que refleje los intereses de la empresa y cumpla con lo establecido de acuerdo a los lineamientos y directrices de la gerencia, permitiendo una comunicación bidireccional.
- Todo el equipo humano y profesional en la organización, velará, orientará y guiará al correcto uso del instructivo de comunicación interna y externa, asimismo, del manual de imagen corporativa.

- De acuerdo a los lineamientos corporativos, los únicos autorizados para brindar declaraciones ante la opinión pública y demás pronunciamientos oficiales serán las gerencias. Sin embargo, éstas podrán delegar a otro funcionario en caso de ser necesario.
- El personal Rampint asume con compromiso y responsabilidad cada uno de los contenidos emitidos por la organización como autor intelectual de cada proceso. En caso de tomar ideas o trabajos ajenos al de la empresa, deberá contar con autorización, o citarlos y agradecer en el documento por su aporte y apoyo.
- La unidad de comunicaciones de la organización velará por el cumplimiento de la política de comunicación. También, de recibir información y divulgarla a través de los medios (canales) accesibles dispuestos por la empresa con la intención de garantizar la confiabilidad del mensaje emitido a los miembros de la misma, procurando mayor veracidad y precisión. Sin embargo, jefes de área tendrán la responsabilidad de vigilar, controlar y direccionar toda información que comprometa a la organización.
- Toda información que comprometa a la organización es de carácter confidencial, por tal razón, el personal Rampint es responsable de la divulgación y emisión de mensajes, asimismo, de la información que recibe o conoce de la empresa, es así como la organización se ampara mediante el acuerdo de confidencialidad, el cual deberá ser acatado por sus trabajadores, clientes y demás interesados comprometidos con la empresa.

En caso de denuncia, infracción o incumplimiento en cuanto a los lineamientos expuestos en la política de comunicación de RAMPINT S.A.S. puede informar inmediatamente a través del siguiente canal habilitado para la realización de peticiones, quejas, reclamos y sugerencias: pqrs@rampint.com, Asimismo, podrá comunicarlo directamente a la gerencia y área de comunicaciones de la empresa.

RESPONSABLE	ÁREA DE TRABAJO	CORREO
Jessica Ramírez Castillo	Gerente Administrativa	
Bajidt Rivera Mejía	Unidad de Comunicaciones	

- **Consolidación de la Unidad de Comunicaciones**

En aras de mantener una comunicación eficaz y efectiva para con los colaboradores de la organización, proveedores, clientes y demás interesados en la empresa. Se ha estructurado la Unidad de Comunicaciones, con el fin de orientar, acompañar, divulgar y entablar las comunicaciones que sean necesarias para un mejor desarrollo social y competitivo para la ciudad, región y país.

Esta unidad, contará con el apoyo de un profesional en el área, quien aplicará su formación, conocimiento y experiencia para la gestión y ejecución de la comunicación en las organizaciones. Asimismo, contará con la dirección de la Alta Gerencia para el desarrollo de sus competencias, pues serán los responsables de compartir o requerir la información que les interesa.

Su aplicación en la organización estará orientada al fomento y desarrollo de los procesos gestionados por cada uno de los departamentos de la empresa, quienes contarán con el apoyo de la unidad de comunicación para su feliz término y avance de las actividades.

Objetivo del cargo

Aplicar los conocimientos, habilidades y destrezas adquiridas a lo largo de su experiencia como comunicador (a) social – periodista, como también, comunicador organizacional, quien deberá conocer las diferentes estructuras y procesos afines a la empresa para dar respuesta a los requerimientos que se desean implementar a favor de la productividad y aseguramiento de procedimientos internos y externos de la organización.

Funciones y responsabilidades

- Capacidad de análisis y solución de necesidades y problemas.
- Habilidad de comunicación oral y escrita.
- Fomento para la investigación, elaboración y ejecución de proyectos y programas estratégicos para el buen desarrollo de la organización.
- Adaptación en las diferentes áreas y personal asignado para el buen funcionamiento de sus actividades.
- Apoyar todas las actividades que se le encarguen, las cuales deben ser direccionadas por la Alta Gerencia, como también, de los líderes de procesos en la organización.
- Velar y apoyar por el cumplimiento de las políticas empresariales, como también, de la imagen corporativa en cada uno de los proyectos y procesos en la ciudad, región y país.
- Redactar, revisar y visibilizar los comunicados internos y externos de la organización.
- Responsable del desarrollo, mantenimiento y mejoramiento de los procesos relacionados a su área.

Responsabilidades con calidad

- Tiene autoridad sobre las herramientas, equipos y/o documentos que le sean suministrados para el desarrollo de su labor.
- Ejecutar las actividades establecidas en los planos y especificaciones técnicas allí establecidas.
- Establecer acciones de mejora en sus actividades.
- Reportar a la Alta Gerencia (jefe inmediato) la ocurrencia de no conformidades que se presenten.
- Participar en las actividades que promueva el sistema de gestión de calidad de la empresa.

Política de Comunicación

La política de comunicación hace parte del eje fundamental para la planeación estratégica de proyectos y relacionamiento adecuado con personal interno y externo de la organización, con el fin de garantizar la eficiencia y transparencia en cada uno de los procesos administrativos y operativos.

También, se hace necesario la reorientación comunicacional establecido desde la gerencia, talento y desarrollo humano en cooperación con la unidad de comunicaciones en la organización, garantizando un acercamiento viable que permita una comunicación asertiva y bidireccional, de participación y en cumplimiento de la misión, visión y objetivos planteados, respetando las directrices y lineamientos en cuanto a imagen y buenas relacionales personales y labores.

(Revisar documento ya establecido: Política de Comunicación Rampint).

Este documento logrará que el personal interno y externo cumpla a cabalidad con los intereses y procesos comunicativos establecidos por la organización.

Instructivo de comunicaciones

Dentro del marco de calidad y el cumplimiento de buenas prácticas se ha establecido un sistema de comunicación interno accesible a todo el personal de la organización, el cual permite mayor garantía y eficacia de acuerdo al sistema de gestión. La alta dirección establece procesos de comunicación dentro de la empresa con el objetivo de propiciar información oportuna a todo el personal de manera rápida y efectiva, asimismo, crear confianza bidireccional y, en esa medida, identificar oportunidades de mejora. El correcto proceso de una comunicación estratégica dentro de la organización es precisamente la transformación que se generaría con todo el personal.

- Confianza
- Emisión y recepción de información
- Oportunidades de mejora

(Revisar documento ya establecido: Instructivo de comunicación Rampint).

Organigrama unidad de comunicaciones



Este organigrama cumple a cabalidad con las necesidades dadas en la organización, una estructura ideal para el desarrollo de las competencias necesarias en función del cumplimiento en cada una de las actividades relacionadas a la comunicación.

Anexo F:





RAMPINT TE INVITA

A participar del programa
Transferencia de Conocimiento

Día: 16 de marzo de 2019
Hora: 8:00 a.m.
Lugar: Auditorio Rampint

Tu presencia es de vital importancia para nosotros, por tal razón, nos sentimos motivados y comprometidos con el desarrollo integral de tus valores y competencias.

Te esperamos!



Feliz día *Mujer*

Que tu alegría, cariño y entrega te acompañe cada día.
Tú eres fuente de vida, amor y comprensión.
Eres una mujer perseverante y valiente, sé siempre feliz.

Gracias por hacer de nuestra casa un lugar resplandeciente.

Claudia Cecilia Sevillano

RAMPINT
INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO




RAMPINT
INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO

Confiere diploma a:

Amaury Cantillo Puello

Por su diligencia, compromiso y responsabilidad en las actividades desarrolladas durante la Parada de Planta en refinería, donde se intervinieron cuatro unidades, U-410, U-415, U-416 y U-424. Por tal razón, ofrecemos una beca de honor para realizar el curso de SUCER.

RAÚL F. RUEDA VILLARRAGA
DIRECTOR DE OSRA

CARLOS A. BARAJAS MOYA
GERENTE OPERATIVO

Cartagena, 08 de junio de 2019

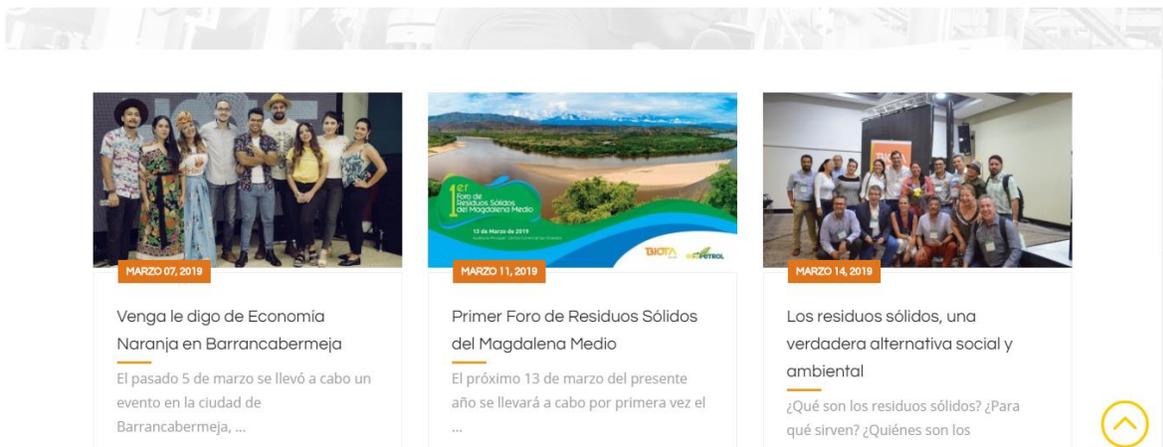


22 de marzo
DÍA MUNDIAL DEL Agua

"No se aprecia el valor del agua hasta que se seca el pozo, cuidemos de este recurso vital para el ser humano".



Anexo G:



Anexo H:

Rampint

Citaci3n: CABEZA, O. y VELAZCO, I. (2014). Proceso de extensi3n apoyado en el uso de herramientas web en instituciones Educativas (IE) de Florencia (Santander). Revista TEMAS, (88), 173-180.

INFORMACI3N DE LA EMPRESA			
NOMBRE	RAMPINT S.A.S		
DIRECCI3N WEB	WWW.RAMPINT.COM		
DIRECCI3N FISIICA	Calle 37 # 35 A 23 Barrio Yarima	Municipio	Barrancabermeja
LEMA	Ingenieria, montaje y mantenimiento		

INFORMACI3N DE FACEBOOK			
¿Cuentan con un perfil o con un grupo en Facebook?	SI	NO	X
URL del grupo	NO		
URL de Fan Page	https://www.facebook.com/Rampint-125846110827936/		
¿Cuántos amigos en el primero?	NO	¿cuántos seguidores?	1.255
¿Tienen FanPage en Facebook?	SI	¿A cuántas personas les gusta?	1.219
¿Se interactúa desde este sitio web?	SI	X	NO
¿Qué se comparte?: Días especiales, noticias e informaci3n publicadas directamente desde la página oficial de la empresa. Asimismo, de informaci3n que requieran las gerencias para la divulgaci3n de alguna actividad específica.			
¿Permiten que los amigos o fans interactúen?			
SI X NO			
¿De qué manera se permite esto?: Todos tienen la oportunidad de comunicarse a través de mensaje directo, comentarios en las publicaciones, me gusta, veces compartidas.			
¿Qué tipo de informaci3n se comparte en esta página?			
Fotos	X	Videos	X
Enlaces	X	Audio	
Otros			
¿Cuál(es)?			
¿La comunidad UPB interactúa, empleando esta red social para tal fin?			
La red social es pública, por tanto, todos los usuarios de facebook tienen acceso a la informaci3n que allí se publique.			
¿Qué informaci3n generan estos amigos o fans?			
Comentarios en cada una de las publicaciones, me gusta y veces compartida de las publicaciones que a ellos interesen. También, mensajes directos solicitando informaci3n de vacantes, entre otros.			

INFORMACI3N DEL TWITTER			
¿Cuentan con un perfil en Twitter?	SI	NO	X
¿Cuántos seguidores tiene?		¿A cuántos sigue?	
¿Quiénes son esos seguidores?			
¿Cuál(es)?			
¿Qué actividad se adelanta desde Twitter?			

Citaci3n: CABEZA, O. y VELAZCO, Z. (2014). Proceso de extensi3n apoyados en el uso de herramientas web en instituciones educativas (IE) de Floridablanca (Santander). Revista TEMAS, 30(8), 173-186.

INFORMACI3N DE LA EMPRESA			
NOMBRE	RAMPINT S.A.S		
DIRECCI3N WEB	WWW.RAMPINT.COM		
DIRECCI3N FISI3A	Calle 37 # 35 A 23 Barrio Yarima	Municipio	Barrancabermeja
L3MA	Ingenieria, montaje y mantenimiento		

INFORMACI3N DE FACEBOOK			
¿Cuentan con un perfil o con un grupo en Facebook?	SI	NO	X
URL del grupo	NO		
URL de Fan Page	https://www.facebook.com/Rampint-125846110827936/		
¿Cuántos amigos en el primero?	NO	¿cuántos seguidores?	1.255
¿Tienen FanPage en Facebook?	SI	¿A cuántas personas les gusta?	1.219
¿Se interactúa desde este sitio web?	SI	X	NO

¿Qué se comparte?: Días especiales, noticias e informaci3n publicadas directamente desde la p3gina oficial de la empresa. Asimismo, de informaci3n que requieran las gerencias para la divulgaci3n de alguna actividad especifca.

¿Permiten que las amigos o fans interactúen?
 ¿De qué manera se permite esto?: Todos tienen la oportunidad de comunicarse a trav3s de mensaje directo, comentarios en las publicaciones, me gusta, veces compartidas.

¿Qué tipo de informaci3n se comparte en esta p3gina?
 Fotos Vídeos Enlaces Audio Otros

¿La comunidad UPB interactúa, empleando esta red social para tal fin?
 La red social es pública, por tanto, todos los usuarios de facebook tienen acceso a la informaci3n que allí se publique.

¿Qué informaci3n generan estos amigos o fans?
 Comentarios en cada una de las publicaciones, me gusta y veces compartida de las publicaciones que a ellos interesen. También, mensajes directos solicitando informaci3n de vacantes, entre otros.

INFORMACI3N DEL TWITTER			
¿Cuentan con un perfil en Twitter?	SI	NO	X
¿Cuántos seguidores tiene?		¿A cuántos sigue?	
¿Cuál(es)?	¿Quiénes son esos seguidores?		
¿Qué actividad se adelanta desde Twitter?			

Citación: CABEZA, O. y VELAZCO, Z. (2014). Procesos de extensión apoyados en el uso de herramientas web en Instituciones Educativas (IE) de Floridablanca (Santander). Revista TEMAS, 3(8), 173-190.

FICHA DE OBSERVACIÓN DE SITIOS WEB DE EMPRESAS

A continuación se presenta un formato de ficha de observación para chequear con qué cuenta y con qué no cada empresa analizada. De igual forma, se pretende diagnosticar cómo permiten la participación de su comunidad a través de ellas.

INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

NOMBRE EMPRESA	RAMPINT S.A.S.		
DIRECCIÓN WEB	http://www.rampint.com/		
DIRECCIÓN FÍSICA	Calle 37 # 35 A 23 Barrio Yarima	Ciudad:	Barrancabermeja

¿ES AMIGABLE Y FÁCIL DE NAVEGAR EL SITIO WEB DE LA EMPRESA?

SI X NO

¿Por qué?: La página principal (portada) cumple con todas las especificaciones de guía para su fácil navegación, allí se encuentran los servicios, impacto social, nosotros, centro de entrenamiento, noticias, contacto, pqrs, vacantes y redes. Allí hay videos, enlaces, publicaciones y demás que sirven de interacción para con la comunidad interesada.

¿QUÉ EMBLEMAS INSTITUCIONALES APARECEN EN LA PÁGINA WEB DE LA EMPRESA?

¿QUÉ TIPO DE SITIO WEB ES EL DE LA EMPRESA?

De primera generación o de generación de contenido estático	
De segunda generación o de generación de contenido dinámico e interactivo	X
De tercera generación o de generación de contenido colaborativo	

¿QUÉ INFORMACIÓN PRESENTA EL SITIO WEB?

Galerías fotográficas	X	Información específica	X	Informes de eventos	X	Videos	X
Comunicados de Prensa		Publicaciones de interés	X	Imagen corporativa	X	Otra(s)	X
¿Cuál(es)?	NOTICIAS Y ENLACES						

¿LA INFORMACIÓN ESTÁ RELACIONADA CON LA ACTIVIDAD DE LA EMPRESA?

SI X NO

¿Por qué?: Porque hace parte del sector al que pertenece la organización, asimismo, la información que allí se genera está directamente relacionado con las actividades realizadas por rampint en cada uno de sus frentes de trabajo.

¿CADA CUÁNTO ACTUALIZAN LA INFORMACIÓN?

Cada hora		Diario		Semanal		Mensual		Anual		No la actualizan	
Según el evento	X	Otro	X	¿Cuál?	Cada vez se genere información a compartir						

¿QUÉ TEMAS TIENEN MÁS PRIORIDAD PARA LA COMUNIDAD?

Vacantes, certificados, contacto, pqrs

¿CUENTA EL SITIO WEB CON ENLACES A OTROS SITIOS QUE REFIERAN INFORMACIÓN IMPORTANTE Y

SI X

RELACIONADA CON LA ACTIVIDAD DE LA INSTITUCIÓN?					NO	
Fan page en facebook u otros documentos y videos						
¿EN EL SITIO WEB DE LA EMPRESA HAY?	SI	NO	¿PERMITE DESCARGAR O COMPARTIR?		QUÉ TEMAS	
Productos multimedia	X		SI	X	NO	Fotografías, noticias, documentos, ilustraciones.
Infografías digitales		X	SI		NO	X
Audios		X	SI		NO	X
Videos	X		SI	X	NO	Video institucional, premios, días importantes.
¿EXISTEN PRODUCTOS QUE INTEGREN TODOS ESTOS ELEMENTOS?	SI	X	NO			
¿SE DAN POR YUNTAPOSICIÓN? (JUNTOS)	SI	X	NO			
¿EN EL SITIO WEB SE OBSERVA INTERACCIÓN?	SI		NO	X		
¿EL SITIO WEB ES SÓLO PARA LA DIVULGACIÓN INSTITUCIONAL?	SI	X	NO			
¿EL SITIO WEB CUENTA CON ESPACIO PARA BLOGS?	SI		NO	X		
¿PARTICIPAN EN EL BLOGS OTROS AUTORES?	SI		NO	X		
¿CUALES DE LOS SIGUIENTES ELEMENTOS DE INTERACCIÓN SE OBSERVAN EN LA PÁGINA?						
Descripción del equipo de trabajo de la empresa	SI		NO	X		
Foros	SI		NO	X		
Posibilidad de comentar cada publicación (interacción)	SI		NO	X		
Hay que registrarse previamente	SI		NO	X		
Encuestas	SI		NO	X		
Chats programados a una hora determinada con un personaje específico	SI		NO	X		
Wikis	SI		NO	X		
Espacios para que la gente suba notas, videos, fotos, audios sobre temas de interés	SI		NO	X		
Espacio para imagen institucional como 'Quiénes Somos'	SI	X	NO			
Correos de todas las personas que están a cargo de la página.	SI	X	NO			
El sitio cuenta con moderación	SI	X	NO			
¿Está expuesto de forma explícita el objetivo del sitio web?	SI	X	NO			
Existen espacios para hacer preguntas, dar sugerencias o interponer recursos o quejas ante la institución.	SI	X	NO			
Otros		¿Cuál(es)?				
¿LA COMUNICACIÓN QUE SE DA EN ESTE SITIO ES?						
Sincrónica: En tiempo real, por ejemplo, chats, videoconferencias	SI		NO	X		
Asincrónica: Foros, wikis, correos electrónicos	SI	X	NO			
Otra		¿Cuál?				

Anexo I:

COMUNICADO INTERNO
PARADA DE PLANTA U-110 U-115 U-116 U-124

Solicitamos a todo el personal administrativo y operativo ingresar a las instalaciones de Reficar en ropa particular. En sus puntos de trabajo cuentan con un locker para cambiarse y hacer uso de su dotación personal.

RAMPINT
INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO

The poster features a blue background. At the top left is a logo consisting of two overlapping squares, one yellow and one orange. Below the title is an illustration of a worker in a blue uniform and orange hard hat, next to two men in business casual attire (one in a dark jacket, one in a red polo shirt). At the bottom is the company logo 'RAMPINT' in white, with a small yellow and orange diamond above the 'A', and the tagline 'INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO' below it.



**COMUNICADO DE PRENSA 001
24 DE ABRIL DE 2019**

**SELECCIÓN DE PERSONAL PARA SU CONTRATACIÓN A TRAVÉS DE LAS
AGENCIAS DE EMPLEO DE SU ÁREA DE INFLUENCIA**

RAMPINT S.A.S. manifiesta a todos sus grupos de interés, en especial a las comunidades, el presente comunicado oficial con el propósito de aclarar el proceso de selección de personal para su contratación a través de las Agencias Públicas de Empleo.

Asimismo, recalcar que nos encontramos plenamente amparados en los preceptos dispuestos en la Ley 1636 de 2013, la resolución 2616 de 2016 y el decreto 1668 de 2016, evidenciando la transparencia con la cual realizamos nuestros procesos de contratación, lo cual ratifica nuestras acciones y el cumplimiento normativo.

Por tal razón, ningún funcionario de nuestra organización ni personal externo está autorizado para contratar o recibir documentación y dinero en efectivo con la intención de agilizar procesos de contratación en cualquiera de las áreas u obras a ejecutar, pues cada una de las postulaciones deben realizarse única y directamente con las Agencias Públicas de Empleo sin intermediaciones externas a lo establecido entre la organización y la agencia de acuerdo a las directrices del Ministerio de Trabajo.

Invitamos a toda la comunidad para que visite las diferentes plataformas disponibles por las Agencias Públicas de Empleo para su verificación de las vacantes y la postulación de las mismas. También, para que hagan uso de la página oficial www.rampint.com en la opción PQRS y hacer efectiva cada una de sus opiniones y solicitudes.

Comunicado de prensa
unidad.comunicaciones@rampint.com




Calle 37 No. 35A-23, Barrio Yarima
Barrancabermeja - Colombia


Tel. (57)(7) 602 7632 - 602 7473
FAX. (57)(7) 610 8073


contacto@rampint.com
rampint.com



Cartagena, 25 de abril de 2019

**COMUNICADO
MIEMBROS JAC DEL BARRIO LOS ABETOS**

Estimados miembros de la Junta de Acción Comunal del Barrio Los Abetos, me dirijo a ustedes con la intención de reiterarles nuestras más sinceras y atentas disculpas por las molestias causadas el día 24 de abril del año en curso. Lo que menos queremos es ocasionar cualquier tipo de desorden en el sector, sólo intentábamos desarrollar unas actividades específicas con personal de nuestra organización, debido a que nuestra oficina se encuentra ubicada en esta zona.

Solicitamos de forma respetuosa de su comprensión, procuraremos que este tipo de situaciones no se vuelvan a presentar en el barrio.

Reiteramos nuestra más sincera disculpa, agradecemos por su atención.

Atentamente,



Barrancabermeja, 21 de mayo de 2019

Señor:
José Ramírez

Atendiendo a su solicitud, nos permitimos informarle que todo proceso de intermediación laboral está regido por normativa, únicamente a través de las Agencias Públicas de Empleo quienes son los encargados a nivel nacional para operar y dar cumplimiento como lo conlleva el Decreto 1072 de 2015, asimismo, de la Ley 1636 de 2013, la Ley 1551 de 2012 y todo lo que emana en el Decreto 1668 de 2016.

Por tal motivo, lo invitamos a realizar el registro de su hoja de vida en la plataforma del Servicio Público de Empleo y una vez generada las vacantes de acuerdo a cada proyecto o contrato que se genere en nuestra organización, usted tenga la oportunidad de participar de los procesos y aplicar de acuerdo a los perfiles mínimos requeridos.

Como organización estamos altamente comprometidos con nuestra responsabilidad social y empresarial, asimismo, con el cumplimiento de las políticas de entorno y buenas prácticas laborales. Por otra parte, le recordamos visitar nuestra página oficial: www.rampint.com, allí encontrará información general de nuestros procesos y actividades, realizar consultas a través de la opción PQRS o contacto y recibir respuesta a cada una de sus inquietudes.

Cordialmente,

Jessica P. Ramírez Castillo
Gerente Administrativo



 Calle 37 No. 35A-23, Barrio Yaima
Barrancabermeja - Colombia

 Tel. (57) 01 402 7632 - 402 7673
FAX. (57) 01 402 8072

 contacto@rampint.com
rampint.com

Anexo J:



Anexo K:

Herramientas de música		ENTREVISTA A INGENIEROS - AUDIOS		
Reproducir				
PINT 2019 > AUDIOVISUAL CARTAGENA - EL ESTUDIO > ENTREVISTA A INGENIEROS - AUDIOS				
Nombre	Nú...	Título	Intérpretes colabo	
DESGRABADO ENRIQUE SARMIENTO				
Doña Cecilia	190420_001		My Recording	
Enrique Sarmiento	190418_001		My Recording	
Enrique Sarmiento	190418_002		My Recording	
Héctor Macho	190418_004		My Recording	
José Ángel Suárez Benítez	190421_001		My Recording	
Lindon Galo	190418_003		My Recording	



Anexo L:



TABLA DE ACTIVIDADES

FECHA	TEMA CAPACITACIÓN	CAPACITADOR	FIRMA CAPACITADOR	SELLO STICKERS

PROGRAMA DE CAPACITACIÓN

“Nunca dudes de tu potencial, edúcate las veces que sea necesario para alcanzar tus metas”.

Jessica P. Ramírez Castillo
Gerente Administrativa

Página oficial Rampint
 @Rampint sas
WWW.RAMPINT.COM

DATOS PERSONALES

FOTO

Nombres:
 Apellidos:
 Código:
 C.C:
 Tel:

INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO

perder para ganar

- CONMIGO
- MI FAMILIA
- MIS COMPANEROS

**ES
ESTAR
BIEN**

SALUD


AUTOESTIMA


ALIMENTACION


EJERCICIO


RAMPINT
INGENIERIA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO
WWW.RAMPINT.COM

PROGRAMA DE GESTION,
PROMOCION Y PREVENCION









Anexo M:**SUBPROGRAMA AMBIENTAL
YO LLENO UNA BOTELLA DE AMOR**

Somos una empresa 100% talento colombiano, con más de 25 años de experiencia en el sector Oil and Gas, especialistas en buscar soluciones y alianzas estratégicas para mejorar el ciclo de vida de los activos de nuestros clientes.

Esta empresa está altamente comprometida con el medio ambiente, asimismo, con el bienestar de sus trabajadores y sociedad en general. La organización cuenta con profesionales calificados en cada una de sus áreas y departamentos que dan cumplimiento a sus actividades, allí se encuentran ingenieros, administradores, contadores, abogados, psicólogos, supervisores de obra, HSE, comunicador social, entre otros, capaces de fortalecer y apoyar procesos con responsabilidad.

Por tal razón, entendido desde la integridad y funcionalidad del ser humano, la conciencia ambiental se convierte en un referente para cada miembro de la empresa Rampint S.A.S. en cada uno de sus frentes a nivel nacional. El saber orientar y acompañar en los procesos ambientales se convertirá en el pilar institucional para lograr cambios ambientales y significativos, garantizando espacios más saludables dentro y fuera de la organización.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Rampint S.A.S. reconoce su compromiso y responsabilidad ambiental como fuerza vital para un mejor desarrollo integral del ser humano, es consciente del deterioro ambiental que existe en la sociedad y cada una de sus consecuencias por no generar cambios que aporten directamente al medio ambiente. Es importante promover la educación ambiental mediante programas que incentiven a la concienciación y respeto por nuestro entorno.

Es así como se adaptará el programa impulsado por la fundación **Yo lleno una botella de amor**, entidad sin ánimo de lucro, dedicada al desarrollo sostenible y mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades, mediante el aprovechamiento de residuos.

OBJETIVO GENERAL

Promover el buen uso del material plástico, recolectarlo en gran proporción y sensibilizar a todo el personal y comunidad en general para que separen desde la fuente y así evitar mayor contaminación.

ESPECÍFICOS

- Contribuir con la gestión integral del medio ambiente, socialización, participación y orientación de los trabajadores, familiares, amigos y demás comunidad.
- Recolectar todo el material plástico que se genera desde el hogar y lugares de trabajo, con la intención de disminuir la cantidad de plástico que llegará al relleno sanitario.
- Apoyar y establecer alianzas estratégicas con la fundación y empresas prestadoras de servicios medioambientales para su entrega y distribución del material plástico.

INDICADOR

Mediante un proceso de selección, recolección y disposición del material plástico en cada una de las botellas, se ha fijado como meta lo siguiente:

- En un año, comprendido desde abril del 2019 y abril del 2020, se espera alcanzar la recolección total de 300 toneladas de plástico compactado, teniendo en cuenta el compromiso y responsabilidad de todo el personal Rampint y comunidad en general que quiera participar y contribuir con el propósito de este subprograma.

¿CUÁL ES EL RETO?

Generar a través de este subprograma ambiental, Yo lleno una botella de amor, una oportunidad de cambio y responsabilidad consciente del uso constante de residuos, específicamente en los empaques, bolsas y demás material plástico que pasan por sus manos. Es importante que el personal Rampint se apersona de esta iniciativa y llene una botella de amor, que con paciencia y dedicación depositen estos residuos en las botellas asignadas o tomadas con el fin de hacer posible esta actividad, ya sea por uso personal o área de trabajo, comprometiéndose con el ser y el saber hacer en cuanto al medio ambiente.

¿CÓMO LLENAR UNA BOTELLA DE AMOR?

Para cumplir con este gran reto, sólo debe tener en cuenta una serie de pasos, lo cual permitirá una acción efectiva para lograr el resultado esperado:

- 1- Se debe conseguir una botella vacía con tapa de cualquier tipo o tamaño, esto deberá ser realizado por cada persona o área de trabajo.
- 2- Depositar en cada botella paquetes de golosinas (empaques de papas, galletas, dulces, entre otros), asimismo, bolsas de todo tipo (cereales, arroz, azúcar, granos, detergentes, lácteos, empaques suministrados en la dotación que sea en material plástico. También, diferentes mezcladores como pitillos, entre otros.
- 3- Con la ayuda de un material de madera o una varilla, comprime los residuos para no dejar espacios entre ellos y lograr una botella compacta.
- 4- Una vez llena y con el material compacto, tapa la botella y llévala al punto de recolección más cercano dentro de la organización o campo de trabajo.

¿QUÉ ESPERAMOS?

Velar por el bienestar y la salud de cada uno de los trabajadores es de suma importancia. Asimismo, por la responsabilidad ambiental que como empresa se compromete con la sociedad. Por tal razón, se espera recolectar un aproximado de 300 toneladas de residuos específicos en cada una de las botellas, con el fin de recibir una vivienda en material de madera plástica a disposición de los trabajadores o personas vulnerables que la requieran.

¿QUIÉN PODRÍA GANAR LA VIVIENDA?

Sólo podrán postularse aquellas personas que cumplan con los siguientes requisitos, como organización, existe un alto grado de compromiso social con los trabajadores y comunidad en general. Por tal razón, todo ciudadano está en capacidad de manifestar su interés por adquirir la vivienda y participar del programa.

- Nacionalidad colombiana
- Vivir en zona de influencia donde tiene presencia la organización
- No tener vivienda propia ni derecho a heredar bienes materiales o económicos
- No estar postulado en procesos de subsidio de vivienda
- No ganar más de 1 SMMLV
- Demostrar compromiso con el programa: “Yo lleno una botella de amor”, asimismo, entregar como mínimo 30 toneladas de material plástico. (10%)

Anexar los siguientes documentos:

- Solicitar formato de inscripción y entregar debidamente diligenciado
- Fotocopia de la cédula ampliada al 150%

PROCESO DE SELECCIÓN DEL GANADOR

Luego de conocer cada uno de los perfiles de las personas postuladas para adquirir la vivienda, sea trabajador de la organización o ciudadanía en general que cumpla con los requisitos exigidos, deberá atender al proceso de selección, las gerencias de la organización en compañía del personal de la fundación **YO LLENO UNA BOTELLA DE AMOR**, evaluarán y escogerán la persona que recibirá la vivienda conforme a los criterios y/o requisitos manifestados por los mismos.

Al momento de seleccionar a la persona beneficiaria, esta deberá tener en cuenta las políticas de la fundación con respecto al tiempo y condiciones de entrega de la vivienda. Rampint está exento de cualquier reclamación por efecto de demora, daño o cualquier otra situación que genere inconformidad por parte de la persona que adquiere la vivienda. Sin embargo, se hará la respectiva solicitud a la fundación para que proceda a cumplir con lo pactado entre las organizaciones.

GRUPO OBJETIVO

Teniendo en cuenta los procesos y la disposición del personal, hacemos total énfasis en los miembros pertenecientes a la organización en cada uno de los frentes a nivel nacional.

Específico:

- Casa Matriz: todo el personal administrativo se comprometerá en la recolección de este material a través de cada botella sin excepción. Asimismo, el personal en patio y alrededores. Su centro de acopio final tendrá lugar en el depósito de residuos, allí se dispondrá de un espacio óptimo para la recolección total en Barrancabermeja.
- Tanques, refinería Barrancabermeja: El personal de campo, administrativo, supervisores, HSE y demás miembros que representen la organización, deberán desarrollar la actividad y escoger un centro de acopio (cubierto) final para la recopilación del material y posterior a ello informar para que este sea recogido y ubicado en el centro de acopio de material en Casa Matriz.
- Cartagena, Teca y Llanos: Teniendo en cuenta las actividades del personal administrativo y de campo, se hace total énfasis en la recolección de todo el material plástico suministrado a cada trabajador. Es importante que se asigne un lugar estratégico para la disposición de estos residuos en cada botella y posterior a ello, recolectarlo y ubicarlo en un espacio cubierto.
- Comunidad en general: Cada ciudadano podrá acercarse hasta las instalaciones de la organización, allí entregará sus botellas con el material plástico debidamente compactado, este será dispuesto en el lugar de acopio asignado por el personal Rampint.

¿A QUIÉN ACUDIR?

Para mayor información, comunicarse directamente con la Unidad de Comunicaciones y Sistema de Gestión Integral, quienes serán los encargados de supervisar y dar cumplimiento a este subprograma ambiental.

RESPONSABLE	CORREO CORPORATIVO
Lauren Flórez Torres	
Bajidt Rivera Mejía	unidad.comunicaciones@rampint.com

RECURSOS

- Material: La empresa o el frente de trabajo se encargará de suministrar las botellas con su respectiva tapa para la recolección de residuos de plástico específico en este documento.
- Centro de acopio del material: Cada frente contará con un espacio diseñado para la recolección de las botellas, este deberá ser un lugar en condiciones óptimas, cubierto y libre de suciedad. Es importante asignar a un personal responsable del área en cada frente de trabajo, quien se encargará de pesar, organizar y enviar el material al centro de acopio general o requerido.
- Comunicación: A través de un video instructivo se especificará paso a paso el proceso que se debe realizar para lograr la meta y participar de este programa, una invitación abierta a todo el personal Rampint, visitantes y comunidad en general. También, demás apoyo que permita contacto directo con todo el personal mediante correos, carteleras y demás recursos que logren su visibilidad.

Finalmente, con la presente estrategia se busca concienciar y mentalizar a todo el personal Rampint, familiares, amigos y comunidad en general de su formación ambiental, cuidado del entorno y la importancia del medio ambiente en la vida del ser humano. ¿Qué estamos ocasionando? ¿Qué podemos mejorar a través de este subprograma en nuestro diario vivir? Lograr un impacto en la sociedad, empezando por la casa, lugar de trabajo y demás espacios concurridos por la ciudadanía.

Asimismo, el guion del vídeo de invitación para la actividad

**GUIÓN VIDEO INVITACIÓN
CAMPAÑA AMBIENTAL
YO LLENO UNA BOTELLA DE AMOR**

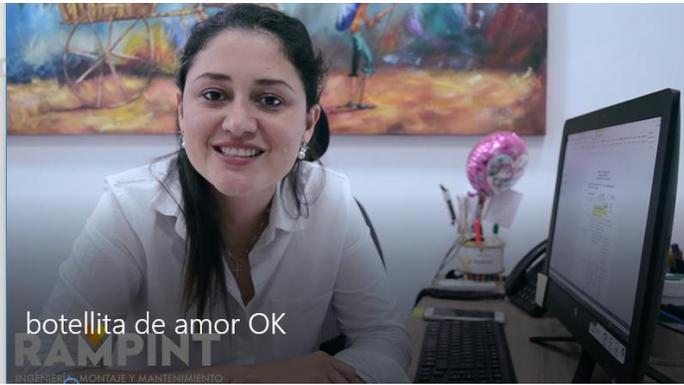
EMISOR 1: Jéssica Ramírez Castillo – Gerente Administrativo

INVITADOS: Trabajadores

#	RESPONSABLE	CONTENIDO	PLANO
1	MÁSTER	ENTRADILLA RAMPINT	
2	EMISOR 1	El día de hoy les tengo una invitación muy especial, se trata de una campaña ambiental y me gustaría contar con tu apoyo para alcanzar nuestra meta.	Oficina, plano general
3	EMISOR 1	El proceso que debemos realizar es muy fácil, sólo debes tomar una botella como esta y llenarla de mucho amor, sin embargo, tenga en cuenta los siguientes pasos...	Oficina, plano medio
4	EMISOR 1	1- Consigue una botella vacía de cualquier tipo o tamaño con su respectiva tapa.	Entrando a una oficina, le quita la botella a alguien que la vaya a botar y la muestra a la cámara.
5	EMISOR 1	2- Deposita en la botella cualquier empaque plástico, ya sea de papas, galletas, dulces, entre otros, asimismo, cualquier tipo de bolsas y mezcladores, en este caso pitillos...	Enseñándole a alguien a depositar empaques en la botella. Plano general
6	EMISOR 1	También, haga uso de los empaques plásticos entregados para su dotación, no los bote, eso lo puedes agregar dentro de la botella.	Alguien recibiendo dotación y metiendo las bolsas en la botella.
7	EMISOR 1	3- Con la ayuda de un material de madera o una varilla como esta, comprime los residuos para que no haya espacios entre ellos y así lograr que nuestra botella se compacte.	Con una botella casi llena, tomar un palito y compactar los residuos.
	EMISOR 1	4- Una vez llena y con el material compacto, tapa la botella y llévala al punto de recolección asignado en su zona de trabajo.	Tapando la botella y dejándola en un lugar seguro.

	EMISOR 1	Nuestra meta es poder recolectar más de 300 toneladas de este material para luego enviarla a la fundación llena una botella de amor y así poder recibir a cambio una vivienda en material de madera de plástico...	Plano cerrado, hablándole a la cámara.
	EMISOR 1	Suena raro verdad, pero esto es una realidad, con tu ayuda podemos entregarle felicidad a una familia que lo necesite o inclusive, un trabajador que lo amerite.	Como hablándole a alguien mientras ésta llena su botella.
	EMISOR 1	Recuerda que puedes invitar y motivar a toda tu familia para que lo haga, sólo te debes encargar de traer las botellitas con amor hasta nuestros puntos de acopio en cada uno de los frentes a nivel nacional.	Escena familia, con los niños llenando botella, plano general.
	EMISOR 1	Juntos podemos generar grandes cambios en el país, tomemos conciencia y asumamos con responsabilidad este gran reto ambiental.	Les entrega botellas a sus trabajadores en alguna oficina...
	EMISOR 1	Yo acepté el reto y ya estoy llenando mi botella de amor... ¿y tú?	Llenando su botella y señala a la cámara, plano medio
	PERSONAL INVITADO	Yo también... yo también, yo también, yo también...	Varias personas en su área de trabajo. (Abierto)
	EMISOR 1	Tu aporte, importa, llena tu botella de amor.	Hablándole a la cámara

El vídeo de invitación tiene una duración de 2'35", allí se explica el paso a paso de lo que deben realizar los trabajadores y comunidad en general que quieran participar y contribuir con esta iniciativa.



Anexo N:

**PROGRAMA DE ASEGURAMIENTO PARA EL CUMPLIMIENTO DE LA
NORMATIVIDAD EN ZONAS CON INFLUENCIA DEL SECTOR
HIDROCARBUROS, SOBRE PRIORIZACIÓN DE MANO DE OBRA LOCAL Y
GESTIÓN DE VACANTES**

¿Quiénes somos?

Somos 100% Talento Colombiano, con más de 25 años de experiencia en el sector Oil and Gas, especialistas en buscar soluciones y alianzas estratégicas para mejorar el ciclo de vida de los activos de nuestros clientes.

Misión

Trabajamos de forma confiable, responsable y apasionada; asumiendo retos que generen valor a la industria colombiana, mediante servicios de ingeniería, montaje y mantenimiento.

Visión

Corre el año 2021 y Rampint se ha convertido en una empresa de talla mundial, líder en la gestión de activos, comprometida con el crecimiento de su gente y en armonía con el entorno, garantizando la confiabilidad en los procesos de las empresas más importantes de la industria colombiana, con un equipo altamente competente e innovador.

¿Qué hacemos?

Es una empresa que presta servicios de ingeniería, montaje y mantenimiento. Hemos ejecutado a lo largo de nuestra historia mantenimientos muy importantes para la industria petrolera en Colombia, como los son los mantenimientos de las plantas de la refinería de Barrancabermeja y Cartagena, tanto en paradas de planta como en operación, rehabilitación de los tanques del terminal Néstor Pineda, y el mantenimiento de los tanques y equipos estáticos en los campos de producción de Ecopetrol en los Llanos Orientales.

Objetivo General

Contribuir en el cumplimiento de la normatividad y priorización de mano de obra local y gestión de vacantes en zonas con influencia del sector de hidrocarburos donde se ejecute el contrato **3022038 UT MANTENIMIENTO ESTÁTICO VRC**.

Objetivos específicos

- Visibilizar y apoyar procesos en cumplimiento con la normatividad en cada una de las zonas de influencia con presencia de hidrocarburos.
- Revisar, apoyar y garantizar el debido procedimiento realizado por las Agencias Públicas de Empleo en cada zona o área de influencia.

Contexto normativo

- Decreto 1668 de 2016, por el cual se modifica la Sección 2 del Capítulo 6 del Título 1 de la Parte 2 del Libro 2 del Decreto número 1072 de 2015, Decreto Único Reglamentario del Sector Trabajo, referente a la contratación de mano de obra local en municipios donde se desarrollen proyectos de exploración y producción de hidrocarburos, y el artículo 2.2.6.1.2.26 del mismo decreto.
- Decreto 1072 de 2015, Único Reglamentario del Sector Trabajo, con el objeto de avanzar en la implementación del Servicio Público de Empleo en algunos de los municipios donde se desarrollan actividades de exploración y producción de hidrocarburos y hacer operativa la priorización de la contratación de mano de obra residente en dichas zonas.

Que la Unidad del Servicio Público de Empleo, en el informe de aplicación de la norma referida en el párrafo anterior, recomendó que se diera continuidad a las medidas de priorización de la contratación de mano de obra local, haciéndolas extensivas a todos los municipios con presencia de actividades de exploración o producción de hidrocarburos, con el fin de disminuir la conflictividad en el acceso al empleo generado por esta industria.

Que por las condiciones sociales y económicas especiales de los territorios donde se desarrollan actividades de exploración y producción de hidrocarburos, la naturaleza de estas actividades y las características del mercado laboral que por ellas se genera, se hace necesario desarrollar las regulaciones que reconocen prioridad a la contratación de mano de obra local, con el fin de prevenir procesos migratorios que puedan afectar la estabilidad social y económica y garantizar el acceso al empleo en condiciones de transparencia a través de la Red de Prestadores del Servicio Público de Empleo.

Que, en desarrollo del principio de confiabilidad del Servicio Público de Empleo, los prestadores autorizados no pueden tener participación en vías de hecho que busquen tener injerencia en la selección o contratación de oferentes de mano de obra.

- Ley 1636 de 2013, creó un Mecanismo de Protección al Cesante, el cual tiene por objeto articular y ejecutar un sistema integral de políticas activas y pasivas de mitigación del desempleo y facilitar la reinserción de la población cesante al mercado laboral, en condiciones de dignidad, mejoramiento de la calidad de vida, permanencia y formalización.

Que de conformidad con el artículo 31 de la Ley 1636 de 2013, todos los empleadores están obligados a registrar sus vacantes en el Servicio Público de

Empleo, el cual tiene por función esencial, en los términos del inciso 2° del artículo 25 de la mencionada ley, lograr la mejor organización posible del mercado de trabajo, ayudando a los trabajadores a encontrar un empleo conveniente, y a los empleadores a contratar trabajadores apropiados a las necesidades de las empresas.

- Ley 1551 de 2012, dispone en el numeral 6 del literal f) que el alcalde certificará la residencia a aquellas personas que residen en el territorio del área de influencia de los proyectos de exploración y explotación petrolera, y que en caso de no encontrarse mano de obra no calificada en dicho territorio, se podrá contratar mano de obra de los territorios municipales vecinos, privilegiando de esta manera la contratación de mano de obra residente en los territorios del área de influencia de los mencionados proyectos.

Público objetivo

Como organización, reconocemos cuán importante es la comunidad en cada uno de los proyectos, por tal razón, recalamos nuestro interés por querer contribuir con las actividades a desarrollar con nuestro público estratégico, quienes prestarán un servicio específico al contrato **3022038 UT MANTENIMIENTO ESTÁTICO VRC** en cada una de las áreas y/o zonas de influencia en el Magdalena Medio.

De acuerdo a las políticas establecidas por nuestros clientes, la comunidad y proveedores de la zona, estos últimos serán los encargados de suministrar bienes y servicios, tales como: hidratación, alimentación, materiales, transporte, etc., esto deberá ir acorde al contrato convencional asignado, cumpliendo a cabalidad cada una de las condiciones específicas en el contrato.

Por tal razón, procuramos que la información transmitida sea la misma para todo el personal y comunidad en general con total transparencia y responsabilidad, teniendo en cuenta nuestros valores y principios organizacionales.

Cronograma de plan de acción

CRONOGRAMA DE PLAN DE ACCIÓN					
META PLAN DE ACCIÓN	OBJETIVOS ESPECÍFICOS	ACTIVIDADES	¿CUÁNDO? ORDEN CRONOLÓGICO		¿QUIÉN ES EL RESPONSABLE?
			INICIA	FIN	
Contribuir en el cumplimiento de la normatividad	Visibilizar y apoyar procesos en cumplimiento con la	Registro de vacantes en APE (Resolución n 2605 de	Una vez se realice la RAE y la Informativa que haya lugar en cada zona	Una vez	Empresa contratista

	Revisar, apoyar y garantizar el debido procedimiento realizado por las Agencias Públicas de Empleo en cada zona o área de influencia.	Vinculación MONC 100% AID (Decreto 1668 de 2016)	Una vez los candidatos superen las diferentes etapas del proceso de selección de la empresa
		Inicio de proceso de selección únicamente con las hojas de vida de los candidatos remitidos por las APE	
	Verificación de territorialidad con Secretaría Gobierno. (solicitud del certificado expedido por la Autoridad Municipal presente en cada	Una vez se tienen preseleccionados los candidatos remitidos por la APE.	
	Empresa contratista/autoridades locales (municipales)		

La organización está altamente comprometida y sujeta a lo establecido por la norma, además, reconocemos que parte esencial del proceso es la comunidad, con quienes se desarrolla y se da apertura a las vacantes y, en esa medida, la socialización del proyecto en caso de ser autorizados para la realización del mismo.

Por tal razón, hacemos uso de lo referido en el Decreto 1072 de 2015, asimismo de la Ley 1636 de 2013, la Ley 1551 de 2012 y todo lo que emana en el decreto 1668 de 2016.

Las vacantes serán registradas a través del servicio prestado por las Agencias Públicas de Empleo en cada zona o área de influencia donde se desarrollen actividades de exploración y producción de hidrocarburos, también, se tendrá en cuenta la priorización de la contratación de mano de obra residente en dichas zonas.

Actividad estratégica

Estamos llamados a cumplir, acatar y respetar lo que por norma está contemplado, igualmente, los acuerdos y pactos establecidos con la comunidad en cada municipio. Por tal razón, reconocemos las actividades desarrolladas por nuestros clientes, autoridades locales, comunidades y los tiempos específicos para el desarrollo de cada proyecto y/o contrato. Como organización, cumplimos a cabalidad el proceso de selección y cada uno de los requisitos que ante la Ley se han manifestado. La mano de obra no calificada debe ser en un 100% de la zona y la calificada a un 30% o más según las condiciones en cuanto al cumplimiento de los perfiles y requisitos específicos publicados en las Agencias Públicas de Empleo, quienes están avalados por norma a nivel nacional.

*Para el cumplimiento del contrato y de la norma, se desarrolla una reunión con **Entorno Ecopetrol**, allí entre cliente y contratista exponen las condiciones, acuerdos, necesidades, entre otros. También, permite ofertar vacantes y hacer la respectiva socialización con la comunidad.*

*Cabe mencionar que dentro del área de influencia donde se realiza el proyecto, **Entorno Ecopetrol**, se encarga de asegurar las zonas donde se hará la respectiva socialización, debido a que en ocasiones son ellos quienes realizan los encuentros con la comunidad y, de ser necesario, solicitan apoyo por parte del contratista para el cumplimiento de la misma.*

Para efectos de interpretar y aplicar correctamente el debido proceso se establecen las siguientes definiciones:

- 1. Proyecto de exploración y producción de hidrocarburos:** todas aquellas actividades y servicios relacionados con el desarrollo de contratos celebrados con la Agencia Nacional de Hidrocarburos —ANH—, o contratos de asociación suscritos con Ecopetrol S.A., para explorar o producir hidrocarburos en áreas continentales.
- 2. Área de influencia:** se entenderá como área de influencia el municipio o municipios donde se desarrolle el proyecto de exploración y producción de hidrocarburos.
- 3. Vacante:** todo puesto de trabajo no ocupado, cuyas funciones estén relacionadas con los servicios o actividades realizadas en el marco de proyectos de exploración y producción de hidrocarburos.
- 4. Mano de obra local:** solo se considerará como mano de obra local, sin importar el tipo de vacante al que aspire, la persona que acredite su residencia con el certificado expedido por la alcaldía municipal, de conformidad con lo previsto en el numeral 6° del literal f) del Artículo 91 de la Ley 136 de 1994, modificado por el Artículo 29 de la Ley 1551 de 2012.

5. Mano de obra calificada: para el caso de estandarizaciones adoptadas por el Ministerio del Trabajo, serán considerados como calificados aquellos cargos que correspondan a perfiles ocupacionales que requieran para su desarrollo formación técnica, tecnológica o profesional, sin importar que el empleador valide dicho requerimiento de formación por tiempo de experiencia.

Para el caso de perfiles no estandarizados, serán considerados como calificados aquellos cargos que requieran para su desarrollo formación técnica, tecnológica o profesional, sin importar que el empleador valide dicho requerimiento de formación por tiempo de experiencia.

5.1. Mano de obra no calificada: Hace referencia a aquellos trabajadores que no requieren de estudios previos y la calificación está dada por la experiencia empírica en el ámbito en que ellos se desarrollan, pues su desempeño es muy importante para la realización de las tareas diarias de producción para el cumplimiento de los trabajos asignados.

En cuanto al cumplimiento de la norma, el empleador está obligado a establecer y garantizar la realización de los siguientes pasos sin excepción:

1. El empleador, además de la información necesaria para realizar el registro de la vacante, entregará al prestador del Servicio Público de Empleo los siguientes datos:

1.1. Municipio donde se espera sea residente el oferente.

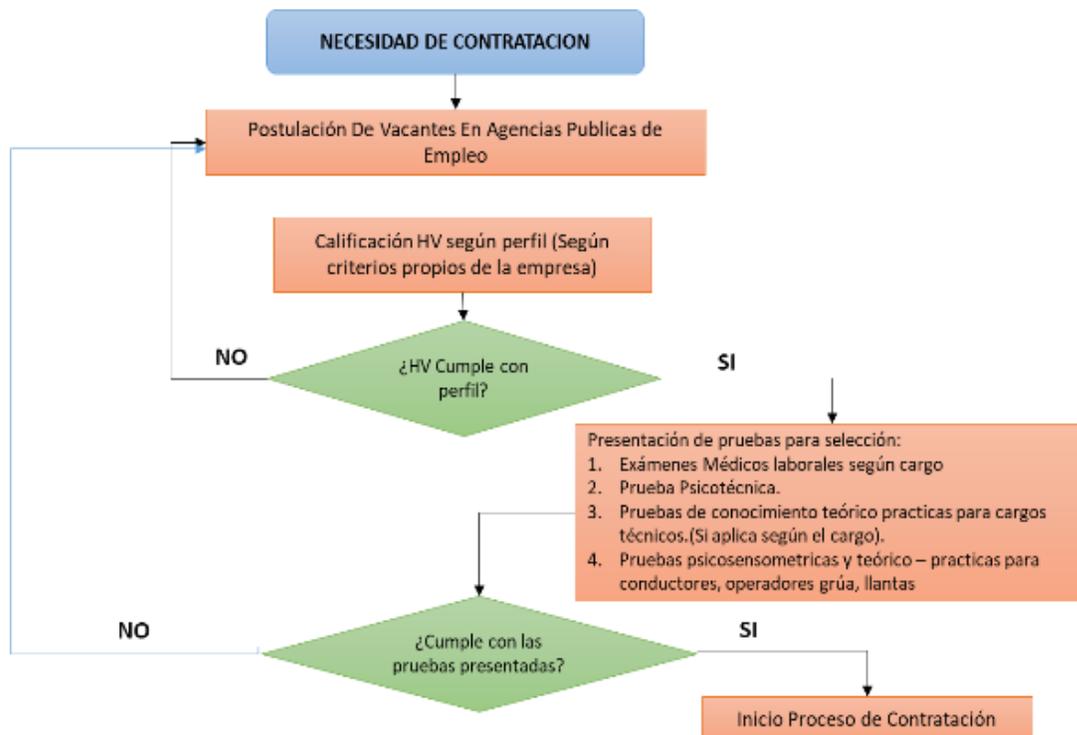
1.2. Término de vigencia de la publicación de la vacante, el cual no podrá ser inferior a tres (3) días hábiles.

2. El empleador le reportará al prestador la selección o las razones de no selección de los oferentes remitidos.

3. Las empresas operadoras de proyectos de exploración y producción de hidrocarburos, en los contratos que celebren con terceros para desarrollar actividades relacionadas con proyectos de exploración y producción de hidrocarburos, incluirán cláusulas relacionadas con la gestión del Recurso Humano a través del Servicio Público de Empleo y el cumplimiento de las obligaciones previstas en la presente sección.

Lineamiento del proceso

Recurso y Talento Humano realiza un procedimiento, el cual incluye desde el Sistema de Gestión Integrado, tareas específicas y paso a paso de proceso a realizar. Este proceso inicia desde el primer momento en que se hace la licitación y se adjudica un contrato para la generación de las estrategias en cuanto al acercamiento recomendado con la comunidad, el cumplimiento de la normatividad, aseguramiento de los procesos y cada una de las etapas, con la intención de realizar las respectivas evaluaciones para anexar, mejorar y fortalecer cada proceso.



Como garantía del proceso para el cumplimiento del proyecto, se hará seguimiento, vigilancia y control, por tal razón, nos regimos a lo establecido en la norma, donde se contempla lo siguiente:

Las empresas operadoras de contratos celebrados con la Agencia Nacional de Hidrocarburos -ANH- o contratos de asociación suscritos con Ecopetrol S.A., harán seguimiento a la vinculación de mano de obra local por parte de sus contratistas y, de forma conjunta con estos, reportarán semestralmente información relacionada con

1. Nómina vinculada al proyecto.
2. Mano de obra local contratada para cargos calificados y no calificados.
3. Municipios donde se encuentra el proyecto.

La información anterior será reportada a las Direcciones Territoriales del Ministerio del Trabajo a través de los prestadores de Agencias Públicas de Empleo, según el procedimiento y condiciones que establezca la Unidad del Servicio Público de Empleo.

Canales de información

La organización cuenta con una página oficial (www.rampint.com) al servicio de la comunidad en general o interesada, donde podrán encontrar cada uno de nuestros servicios, evidencia de nuestras actividades y opciones disponibles para la generación de preguntas, quejas, reclamos y sugerencias (PQRS). También, encontrarán la opción de contacto, con ello se busca generar una comunicación directa respondiendo a las necesidades de la comunidad, en especial a los trabajadores, clientes y proveedores.

Importante: Cada una de estas solicitudes cuentan con un tiempo prudente para ser contestados. 10 días cuando es documento de información general, 15 días cuando es petición especial, 30 días cuando es una petición la cual se eleva a consulta. Todos los días son hábiles.

A su vez, hacemos un reconocimiento con toda la comunidad interesada de nuestras instalaciones, precisamente de Casa Matriz y los diferentes frentes o puntos de información en cada una de las zonas o áreas de influencia. Además, recalcar que en dichas zonas habrá redientes y demás personal de la organización para orientar a quien solicite información del proyecto, sin embargo, no están autorizados para recibir documentación ni firmas del mismo, sólo servirán de puente para canalizar la información dirigiéndola a su responsable inmediato.

Indicador

Mediante un proceso de socialización, oferta de vacantes, aplicación y selección de personal para la transparencia en la contratación y ejecución del proyecto, se ha establecido como meta lo siguiente:

- Durante el periodo de existencia laboral del contrato, la organización velará por el cumplimiento de los requisitos exigidos por el cliente y lo contemplado en la norma, para que sea efectivo y garantice el debido proceso en cada una de las áreas o actividades a desarrollar en dichas zonas a realizar del proyecto.

Evaluación

Al finalizar el trabajo y cada una de las actividades ejecutadas por nuestra organización, el cliente está en disposición de evaluar nuestro desempeño en el proyecto, en el contrato **3022038 UT MANTENIMIENTO ESTÁTICO VRC**.

Anexo Ñ:



MOMENTOS

 **Mente, alma y cuerpo**

 **Cambia el chip**

 **Ponte pila**

 **Mentes brillantes**

RAMPINT
INGENIERÍA, MONTAJE Y MANTENIMIENTO

