

DISEÑO DEL BOLETÍN VIRTUAL: UNA APUESTA POR EL  
MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN INDUPALMA.

MAARLY AMADO REYES

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO  
FLORIDABLANCA  
2012

DISEÑO DEL BOLETÍN VIRTUAL: UNA APUESTA POR EL  
MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN INDUPALMA.

MAARLY AMADO REYES

Informe final de Pasantía para optar el título de  
Comunicador Social –Periodista

Mg. OLGA BEATRIZ RUEDA BARRIOS  
Supervisor

UNIVERSIDAD PONTIFICIA BOLIVARIANA  
ESCUELA DE CIENCIAS SOCIALES  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL – PERIODISMO  
FLORIDABLANCA  
2012

Nota de aceptación

---

---

---

---

---

Firma de Jurado

---

Firma de Jurado

---

Firma de Jurado

---

Bucaramanga, Octubre de 2012

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	10
1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN	13
1.1 GENERALIDADES DE LA EMPRESA	13
1.2 RESEÑA HISTÓRICA	13
1.3 MISIÓN	17
1.4 VISIÓN	17
1.5 OBJETIVOS INSTITUCIONALES	17
1.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	18
2. OBJETIVOS	21
2.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS	21
3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS	22
4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	32
BIBLIOGRAFÍA	35
ANEXOS	36

## **RESUMEN GENERAL DE TRABAJO DE GRADO**

**TITULO:** DISEÑO DEL BOLETÍN VIRTUAL: UNA APUESTA POR EL MEJORAMIENTO DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN INDUPALMA.

**AUTOR(ES):** MAARLY AMADO REYES

**FACULTAD:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR(A):** OLGA BEATRIZ RUEDA BARRIOS

### **RESUMEN**

En este documento se encuentra registrado el trabajo realizado en la Empresa Indupalma Ltda. En el informe presentado a continuación se recopilan las actividades realizadas en función del mejoramiento de las comunicaciones internas de la Organización. El principal objetivo de la pasantía fue el planteamiento de la estructura de un blog periodístico, para mejorar la comunicación interna en de la empresa y mejorar el flujo de la información, ello por supuesto, supone el desarrollo de criterios de periodismo digital para la puesta en marcha del medio, así como, el trabajo de planeación y organización del proyecto multimedia para dar respuesta a los objetivos de mejoramiento de las comunicaciones internas. De igual forma, se realizaron actividades tales como la elaboración de campañas internas desde sus tres momentos (expectativa, lanzamiento y sostenimiento), los contenidos para los boletines internos quincenales y mensuales (Correo de la Gente, Boletín GIP, Palmeros de Corazón, Vamos Aliados), actualización de carteleras, soporte logístico en los eventos, capacitaciones y reuniones, coordinación y realización de entrevistas para notas informativas y demás actividades diarias del Departamento de Comunicación. Todo lo anterior, pretende dejar evidencia escrita del trabajo realizado desde comunicaciones y el aporte que se realiza desde este ámbito a los objetivos corporativos.

**PALABRAS CLAVES:** Blogs, tácticas, comunicación interna, medios virtuales, medio digital, posicionamiento, sociedad.

## **GENERAL SUMMARY OF THE WORK – ABSTRACT**

**TITLE :** VIRTUAL DESIGN BULLETIN: A COMMITMENT TO IMPROVING THE INTERNAL COMMUNICATION INDUPALMA.

**AUTHOR(ES):** MAARLY AMADO REYES

**FACULTY:** Facultad de Comunicación Social

**DIRECTOR(A):** OLGA BEATRIZ RUEDA BARRIOS

### **SUMMARY**

This document is recorded the work in Indupalma Company Ltd. The report presented below summarize the activities based on improving internal communications of the Organization. The main objective of the internship was the layout of the structure of a newspaper blog, to improve internal communication in the company and improve the flow of information, this course is the development of online journalism criteria for commissioning environmental progress and the work of planning and organizing multimedia project to meet the objectives of improving internal communications. Similarly, there were activities such as the development of internal campaigns from its three moments (expectation, launch and support), content for biweekly and monthly newsletters (Courier People, Bulletin GIP, Palmeros Heart, Let Allies ), update charts, logistical support at events, training and meetings, coordinating and conducting interviews for briefing notes and other daily activities of the Department of Communication. All this, expect to leave written evidence of work done since communication and contribution that is made from this area to the corporate objectives.

**KEYWORDS:** Blogs, tactics, internal communication, virtual media, digital media, positioning, society.

## INTRODUCCIÓN

La comunicación tecnológica se ha vuelto una herramienta necesaria en el mundo de hoy. Ésta abre al individuo otras posibilidades a distintos campos de análisis, a otras concepciones de la realidad de sí mismo, a una concepción del cosmos, en donde las oportunidades son infinitas e implican la integración de la tecnología y lo educativo, con conceptos dinámicos, pedagógicos y de actualidad.<sup>1</sup>

En la actualidad se vive una “nueva ola” digital y social, en la que se rompe el modelo de distribución de contenido centralizado y el consumidor pasa a ser su principal creador. El consumidor representa así un papel vital en las estrategias publicitarias de los anunciantes dada su capacidad de intervención en los mensajes publicitarios (tanto en su contenido como en su recorrido) gracias a la *viralidad* e interactúa más que nunca con las marcas.<sup>2</sup>

La propuesta de crear un Blog periodístico para Indupalma surge a raíz de la importancia que tienen hoy en día los medios virtuales dentro de las empresas, los cuales se convierten en medios importantes, dadas las posibilidades de acceso, el acercamiento a la tecnología, las ventajas en cuanto a interactividad, Hipertextualidad y Multimedialidad que brindan, aspectos que los harían más atractivos para los públicos involucrados. que

Los blogs se convierten en una herramienta importante, ya que utilizan las Tecnologías de Información y Comunicación con el propósito de dinamizar

---

<sup>1</sup> ZAPATA ROS, Miguel. Formación Abierta y a Distancia a Través de Redes Digitales: Modelos de Redes de Aprendizaje . 2001. Documento en línea: [http:// um.es/ead/red/1/modelos.pdf](http://um.es/ead/red/1/modelos.pdf) [Consulta: 2011-09-20]

<sup>2</sup> CASTELLÓ MARTÍNEZ, Aracelli. La orientación empresarial hacia el cliente en la Web 2.0. 2010. Documento en línea: <http://mhcj.es/2010/04/30/castello/> [Consulta: 2011-09-20].

las comunicaciones en la organización, así como, generar contenidos multisoporte, generando tráfico hacia la información relevante para la organización y los públicos involucrados, así mismo, generan un ambiente participativo entre los trabajadores, ya que posibilita la comunicación virtual y la retroalimentación constante. Las empresas apuestan a los blogs como una herramienta de Marketing Directo, es decir, una forma de obtener opiniones de los consumidores.

Hoy más que nunca, la labor de comunicación en la empresa se alinea con el objetivo empresarial, aportando valor al proyecto, en un entorno continuamente cambiante. Las nuevas tecnologías y, en concreto, Internet se han configurado como una plataforma idónea para alcanzar el nivel de personalización del mensaje y de interacción con el destinatario necesarias para satisfacer las expectativas del consumidor.<sup>3</sup>

De acuerdo con lo anterior, surge cada vez más, la utilización, por ejemplo, de las redes sociales y la página Web como ventanas de la organización para conectarse a los asociados y posibles nuevos clientes. Para Indupalma incursionar en el desarrollo de medios virtuales, se convierte en un propósito firme que involucra el desarrollo de diversos medios, que para este caso, se hace evidente en el diseño y puesta en marcha del blog.

A través del desarrollo de los medios virtuales Indupalma pretende dar a conocer sus productos, servicios, campañas y además mejorar el flujo de la comunicación interna.

---

<sup>3</sup> Ibíd.



Según Castelló, “En la red como espacio social, las empresas pasan de ofrecer servicios tradicionales a participar en conversaciones que aporten valor y contenido de interés para los usuarios, en un *experiential marketing* que ofrece un entorno favorable tanto para consumidores como para marcas”.<sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Ibíd

## **1. IDENTIFICACIÓN DE LA ORGANIZACIÓN**

### **1.1 GENERALIDADES DE LA EMPRESA**

Nombre de la empresa: Indupalma LTDA.

Dirección: BOGOTÁ DC.: Calle 67 N°. 7-94 Piso 8º BUCARAMANGA: Calle 35 Número 19-41 Edificio LA TRIADA Torre sur, Oficina PLANTACIÓN Km. 10 Vía Panamericana, San Alberto, Cesar

Nit: 860 006 780

### **1.2 RESEÑA HISTÓRICA**

#### Nacimiento y Crecimiento 1961 - 1977

Indupalma Agraria la Palma Ltda., fue fundada por el empresario Moris Gutt en el año de 1961, en el municipio de San Alberto, localizado al sur del departamento del Cesar, con el objetivo de cultivar y procesar el fruto de Palma Africana y proveer de materia prima a la industria nacional de grasas, aceites, jabones, detergentes y productos industriales.

En estos años, Indupalma era una empresa ejemplo a nivel nacional por su evolución y desarrollo, pues contaba con la planta extractora con la mejor tecnología de la época. Su crecimiento fue acelerándose hasta el punto de contar con alrededor de 2000 trabajadores.

A finales de la década de 1970, la actividad agroindustrial, impulsada por Indupalma en más de cinco mil hectáreas cultivadas de Palma Africana,

motivó el crecimiento demográfico de la zona y el establecimiento de San Alberto al sur del Cesar.

#### Crisis 1977-1994

En el año de 1977, el secuestro del Gerente General, Hugo Ferreira Neira, por parte del M-19 (grupo armado al margen de la Ley), fue la estrategia para presionar las negociaciones con el sindicato y marcó el inicio de una etapa de crisis que casi termina por llevar a la Empresa a su cierre definitivo.

La aceptación del total de las demandas del pliego presentado por el sindicato, a cambio de la liberación del Gerente General, implicó una carga laboral que llegó a representar en 1990, el 84% del total de los ingresos de la Empresa.

A este escenario se le sumaba la compleja situación de orden público en la zona, una difícil realidad económica y social y caída del precio del aceite. Por otro lado, Indupalma se encontraba en un estancamiento tecnológico, lo que sumado a la falta de renovación de cultivos y a la falta de educación en sus trabajadores, acentuaba aún más la crisis que la Empresa estaba viviendo.

#### Indupalma Sigue Adelante 1994-2006

*“El propósito central que nos ha movido a hacer todo lo que hemos venido haciendo, ha sido algo de mucha más envergadura: ir creando una comunidad empresarial.” — Rubén Darío Lizarralde, Gerente General de Indupalma –*

Esta etapa estuvo marcada por el diseño del rumbo estratégico y la construcción de escenarios futuros de la empresa y de la región. Con este

ejercicio, surge la contratación de servicios con Cooperativas de Trabajo Asociado, la ampliación de la frontera palmera, acompañada de inversiones en áreas productivas, implementación de herramientas y sistemas de información y la estrategia de “Educación para Todos”. El diálogo abierto y permanente y la construcción de políticas claras para el entendimiento con la Empresa y sindicato, permitieron el logro de unas negociaciones colectivas a 10 años, que garantizan sostenibilidad y estabilidad a la empresa.

Un elemento clave de esta etapa, es el fomento a la constitución de lo que hoy llamamos Unidades Autónomas Empresariales (UAE), expresadas en figuras como las “Cooperativas de Trabajo Asociado” que prestan servicios agrícolas a Indupalma. Este es el inicio de un modelo de emprendimiento y generación de propiedad y riqueza para los habitantes de la zona.

Es así como Indupalma sigue adelante, recibiendo a finales de esta etapa, las certificaciones ISO 9001, ISO 14.001 y OHSAS 18.001. Tales certificaciones abonaron el terreno para la obtención del Premio Colombiano a la Calidad de la Gestión 2005-2006

#### Negocios de Inversión en Palma y Caucho 2006-2020

Como resultado del desarrollo positivo presentado, Indupalma evoluciona y pasa de ser una empresa agroindustrial a ser una empresa agroindustrial y prestadora de servicios. Con esta transformación, nace el concepto de IBIO (Indupalma Banca de Inversión, Operación de Proyectos y Comercialización), e incursiona en el negocio del caucho.

Hoy en día, Indupalma es una empresa promotora de negocios de inversión, derivados del mundo de la palma de aceite y caucho. Esto lo ha concebido

mediante una continua innovación, mediante su sintonía con el mercado nacional e internacional y la investigación, y mediante experiencia y conocimiento recogidos por la Empresa durante 50 años.

Además de sus productos, como son los aceites de palma y de palmiste, la torta de palmiste, las semillas de híbrido, las plántulas y el polen, la empresa ofrece hoy, una línea integral de servicios a cultivadores, procesadores e inversionistas, relacionada con el diseño, estructuración y operación agroeconómica e industrial de negocios en la agroindustria de la palma de aceite y de caucho, desde su concepción, hasta la comercialización de los productos, dentro y fuera del país.

La prospectiva y escenarios futuros le han permitido a Indupalma anticiparse al futuro para comprenderlo e influir sobre él.

A finales de 1999, Indupalma diseñó su prospectiva llamada “Ampliación de la Frontera Palmera”. En el 2008, nuevamente se proyectó la empresa al 2020 y se definió el escenario apuesta: “Indupalma, palma y caucho, negocios en la palma de su mano”.

Con el direccionamiento estratégico se han definido los imperativos básicos que han proporcionado la sostenibilidad de la empresa en el largo plazo. Tales imperativos se encuentran articulados con una cultura expresada en 14 mandamientos y con un marco estratégico.

Dentro de su ejercicio de Responsabilidad Social, Indupalma fomenta la generación de propiedad y riqueza en la zona de influencia, e incorpora en

por lo menos 20% de la propiedad de los proyectos, a pequeños campesinos, convirtiéndolos en empresarios.

### **1.3 MISION**

Promotores de negocios e inversiones con rentabilidad competitiva a través de los cultivos de la Palma de aceite y el Caucho.

Su modelo está sustentado en un ejercicio de Responsabilidad Social empresarial, experiencia y avance tecnológico, generando desarrollo económico y social sostenible.

### **1.4 VISION**

En el año 2020 estarán administrando 75.000 hectáreas, 55.000 en palma y 20.000 en caucho

Desarrollarán el clúster de la oleo química en Palma Africana en el Magdalena Medio y en el Meta y el del Caucho en el Vichada (Colombia).

El fortalecimiento de la comunidad palmera y el desarrollo de la comunidad en el Vichada serán banderas del desarrollo sostenible en Colombia.

### **1.5 OBJETIVOS INSTITUCIONALES**

1. Promover la generación de riqueza, desarrollo y paz en el sector agrario colombiano mediante la aplicación del modelo asociativo de pequeños productores.
2. Empoderar a los trabajadores del campo que residen en zonas afectadas por la violencia y la pobreza.
3. Apoyar los trabajadores en la generación de medios de subsistencia sostenibles y convertirlos en dueños de su propio futuro.
4. Contribuir al mejoramiento del clima social en el Magdalena Medio.

5. Creación de fuentes sustentables de trabajo agrario, para apoyar la reducción de los índices de violencia generados por el desempleo y la falta de oportunidades de desarrollo social.
6. Establecimiento y afianzamiento del compromiso institucional para la generación, desarrollo y sostenibilidad de los esquemas asociativos de los pequeños productores.

## **1.6 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL**

La estructura productiva de Indupalma se maneja desde Indupalma Agroindustrial que está compuesta por el departamento Agronómico y el departamento Industrial. Todos los procesos agrícolas tales como producción de fruto, mantenimiento, investigación y administración de cultivos, son gerenciados por el departamento Agronómico, el cual cuenta con modernos procesos, entre los cuales se encuentra el alce y transporte de fruto de la palma de aceite para la extracción del aceite crudo y otros subproductos, muchos de estos realizados por las cooperativas de trabajo asociado.

El procesamiento o extracción del aceite se realiza con la mayor tecnología aplicada y enfocada en el monitoreo y automatización, que permite mejorar el control y la optimización de los procesos industriales.

Indupalma Banca de Inversión y Operación de Proyectos es un negocio que presta servicios de asesoría a Indupalma Agroindustrial, así como a otros proyectos y negocios agroindustriales, para la estructuración, operación logística, administración y comercialización del fruto de la palma de aceite, a través de una estructura administrativa compuesta por la Gerencia General (GGN), y cuatro Unidades de Negocio: Unidad Técnica, Unidad de

Estructuración, Unidad Estratégica, Organizacional y de Mejoramiento Continuo y Unidad de Apoyo a Procesos Administrativos.

### El Departamento de Comunicación

Está ubicado en la Unidad estratégica Organizacional y de Mejoramiento Continuo, el cual busca la manera de gestionar el negocio de palma y caucho teniendo en cuenta como éste, impacta positivamente a todos sus grupos de interés. Para Indupalma los principios y medios utilizados son tan importantes como el fin y los resultados económicos y financieros que se buscan.<sup>5</sup>

El objetivo general que persigue el Departamento de Comunicación de Indupalma es llevar a cabo acciones encaminadas a promover el desarrollo integral de la comunidad de sus zonas de influencia, así como de todos y cada uno de los seres humanos involucrados en el día a día de la operación empresarial.”<sup>6</sup>

Actualmente, el departamento administra cinco medios de comunicación internos: Intranet, Correo electrónico, Boletines Internos, Carteleras internas y grupos primarios, con los que dinamiza y canaliza la información al interior de la empresa, alineando las acciones hacia la consecución de los objetivos institucionales.

De la misma manera, a nivel externo el departamento se apoya con diversos dispositivos de comunicación: Carteleras externas, Página Web, Cápsulas informativas, Piezas publicitarias, Radio cuñas, Indicadores económicos, Comunicados de prensa, Comerciales, Pauta institucional, Perfiles en las

---

<sup>5</sup> Indupalma LTDA. Presentación Departamento de Comunicación.

<sup>6</sup> Ibíd.



redes sociales Facebook, Twitter linkedin y un canal en la plataforma Youtube.

Por otro lado, el departamento de comunicación apoya la gestión comercial en la promoción del portafolio de productos y servicios mediante estrategias comunicativas y campañas publicitarias.

El organigrama se presenta en anexos, figura 1.

## **2. OBJETIVOS**

### **2.1 OBJETIVO GENERAL**

Diseñar un boletín virtual en la empresa INDUPALMA con el propósito de dinamizar una comunicación efectiva, oportuna y participativa al interior de la organización.

### **2.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS**

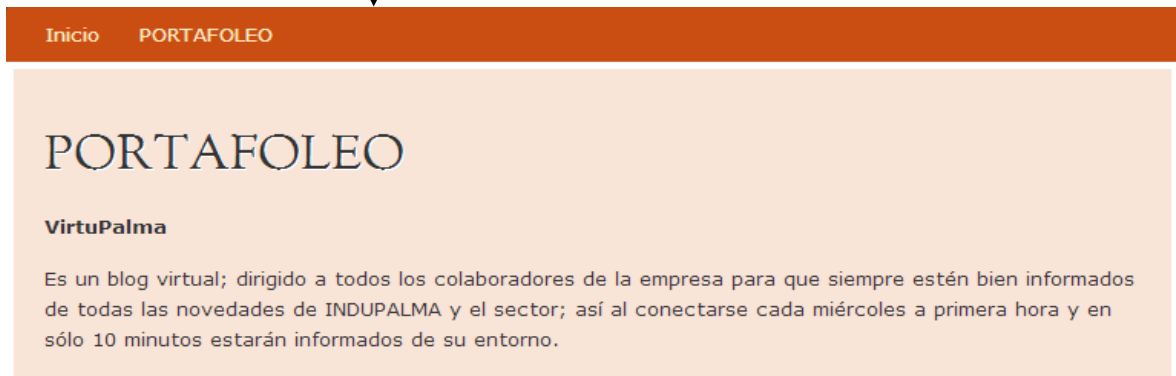
- Promover la comunicación interna entre los empleados de INDUPALMA, para mejorar la relación entre sus trabajadores, por medio de una herramienta eficaz y amigable.
- Facilitar el flujo de información entre los miembros de la organización en coherencia con los objetivos corporativos.
- Contribuir a la creación de espacios de información, participación y opinión.
- Generar participación por parte de los departamentos para el nuevo boletín, fomentando el trabajo en equipo y la creatividad de los empleados.
- Apoyar al Departamento de Comunicación en las diferentes tareas o actividades diarias.

### 3. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

<b>Tipo de medio</b>	Es un medio Digital e Interactivo.		
<b>¿Cómo se accede?</b>	El Colaborador puede acceder a la página <a href="http://virtupalma.wordpress.com">http://virtupalma.wordpress.com</a>		
<b>Tiempos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Día de producción y envío: los martes de cada semana (en días festivos la producción y el envío de VirtuPalma se realizará desde el día lunes).</li> <li>➤ Fecha de cierre de envío de notas: los martes de cada semana a las 3:00 p.m.</li> <li>➤ Cuenta de correo electrónico envío: <a href="mailto:pcomunicaciones@Indupalma.com">pcomunicaciones@Indupalma.com</a></li> <li>➤ Hora de envío: los martes de cada semana a las 5:00 p.m.</li> <li>➤ Lectura del E-boletín: todas las semanas del año, los miércoles a primera hora de la mañana.</li> </ul>		
<b>Dimensiones de visualización</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Las dimensiones del E-mailing Informativo VirtuPalma se miden en píxeles y se deberán visualizar puntualmente así: 600 píxeles de ancho X 700 píxeles de alto.</li> <li>➤ Las dimensiones del E-boletín VirtuPalma se mide en píxeles y se deberá visualizara sí: 800 píxeles de ancho X 6000 píxeles de alto aproximadamente.</li> </ul>		
<b>Clasificación y reconocimiento del medio</b>	<b>En esta edición...</b>	<b>Nota oficial</b>	En este espacio el colaborador podrá leer las entrevistas y/o notas editoriales del gerente Rubén Darío.
		<b>Portafolio</b>	En este espacio el colaborador podrá enterarse de las novedades de la comunicación comercial, y sus campañas.

		<b>Su sección</b>	En este espacio el colaborador podrá leer las notas del Talento Humano, el acontecer deportivo y las actividades de destacar de la empresa.
		<b>Lo que viene...</b>	En este espacio el colaborador conseguirá leer la programación de las actividades más importantes a desarrollarse en la semana siguiente en la empresa.
<b>Secciones permanentes</b>		<b>Normatividad y Procesos</b>	En este espacio el colaborador encontrará las circulares y documentos normativos que centraliza la información relevante y las políticas de la organización en documentos PDF.
		<b>Cultura Solidaria</b>	En este espacio el colaborador podrá observar las actividades para el desarrollo social de las comunidades y el colegio de INDUPALMA.
		<b>Regionales</b>	En este espacio el colaborador podrá enterarse de las novedades de las cooperativas de ahorro y crédito.
		<b>En Breves</b>	En este espacio el colaborador rápidamente se informara sobre las buenas nuevas de la organización.
		<b>Tenga en cuenta...</b>	En este espacio el colaborador conocerá tip's de gran ayuda para optimizar su tiempo de trabajo diario.

<b>Requisitos generales de divulgación</b>	<p>Para comunicar efectivamente en VirtuPalma, tanto el diseño web como su contenido deben responder a los siguientes requisitos:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>➤ La arquitectura de VirtuPalma debe ser concebida pensando en su “usabilidad” o facilidad de uso; para que la experiencia de navegación sea rápida y la comunicación efectiva.</li><li>➤ El contenido debe tener una redacción corta y precisa con un vocabulario sencillo y fácilmente comprensible, manteniendo el estilo corporativo.</li><li>➤ El diseño web deberá ser comprensible, usable “fácil de usar”, amigable, claro, intuitivo y de fácil aprendizaje para Colaboradores.</li><li>➤ La colorimetría –administración y aplicación del color- debe ser diseñada según los colores corporativos.</li><li>➤ Las fotografías e imágenes deben pesar poco, no podrán superar los 300 Kb., se deberán Optimizar para Web desde el software especializado. ”.</li><li>➤ Verificar en tiempo real todos los vínculos y enlaces externos contenidos, asegurando el correcto funcionamiento y lectura de la información.</li></ul>
--	--



**Portafolio:** En este espacio el colaborador podrá enterarse de las novedades de la comunicación comercial, y sus campañas.



**Las Categorías:** Son las secciones en las cuales el colaborador puede ingresar y revisar información de su interés.



## SOMOS PALMEROS DE CORAZÓN 4

SOMOS PALMEROS DE CORAZON 4

Esta entrada fue publicada el mayo 24, 2012, en [BOLETÍN - PALMEROS DE CORAZÓN](#).

[Deja un comentario](#)

## CORREO DE LA GENTE 7

CORREO DE LA GENTE No 7

Esta entrada fue publicada el mayo 10, 2012, en [CORREO DE LA GENTE](#).

[Deja un comentario](#)

## BOLETÍN GIP – MAYO

Boletín GIP MAYO

Esta entrada fue publicada el mayo 24, 2012, en [BOLETÍN GIP](#).

[Deja un comentario](#)

**BOLETINES INTERNOS –INDUPALMA:** En esta sección el colaborados puede encontrar de forma digital los boletines que se realizan quincenal y mensualmente en la empresa.



**GALERIA:** En esta sección el colaborador puede encontrar gran variedad de fotos de INDUPALMA.





INDICADORES 		
Plántulas Mayores de 14 meses	\$ 8,265.00	%0.07
Plántulas Menores de 14 meses	\$ 10,625.00	%0.07
Polen Kg (Sin IVA)	\$ 160,000.00	%0.00
Precio Fruto Cultivo en Desarrollo	\$ 301,917.00	%0.09
Precio Fruto Cultivo Maduro	\$ 342,173.00	%0.00
Semilla Híbrida	USD\$ 1.90	%0.00
Torta de Palmiste tipo Expeller Ton (Sin IVA)	\$ 280,000.00	%0.08
<b>Fuente: Indupalma - 19/4/2012</b>		
CPKO Cif Rott.	USD\$ 1,370.00	%-0.02
CPO Cif Rott.	USD\$ 1,157.50	%-0.02
Precio CPKO Nacional	\$ 2,477,000.00	%0.04
Precio CPO Nacional	\$ 2,082,000.00	%0.06
Soya FOB Argentina	USD\$ 1,248.00	%-0.02

**INDICADORES ECONÓMICOS:** En esta sección el colaborador puede estar enterado de la situación económica de la empresa, y los indicadores diarios.



**SE INICIAN LOS XVII JUEGOS CONVENCIONALES DEPORTIVOS INDUPALMA SINTRAPROACIETES 2012.**

AMIGO TRABAJADOR, PENSIONADO Y FAMILIARES:  
ESTE AÑO QUEREMOS CONTAR CON SU PARTICIPACIÓN, Y POR ESO LOS INVITAMOS A QUE SE INSCRIBAN EN UNA DE LAS 14 DISCIPLINAS QUE SE HAN ESCOGIDO PARA ESTE AÑO.

- FÚTBOL
- MICRO FÚTBOL MASCULINO
- MICRO FEMENINO
- BALONCESTO MIXTO
- VOLEIBOL PLAYA
- VOLIBOL MIXTO
- BOLO CRIOLLO MASCULINO
- MINI BOLO MIXTO
- MINI TEJO
- DOMINO INDIVIDUAL
- BILLAR BOLA 9 MASCULINO
- BILLAR FEMENINO

BUSCA TU PLANILLA EN EL SINDICATO, EN LA OFICINA DE RECREACION Y DEPORTE DE INDUPALMA, Y EN EL DEPARTAMENTO DONDE TRABAJAS.

**INSCRIPCIONES SE CIERRAN EL 6 DE JUNIO DEL 2012.**

**LO QUE VIENE:** En este espacio el colaborador conseguirá leer la programación de las actividades más importantes a desarrollarse en la semana siguiente en la empresa.



Inicio PORTAFOLEO

ARCHIVOS

## Playa, Brisa, Mar ...

Como una experiencia Maravillosa e inolvidable, fue catalogado el viaje de los 30 años que realizó INDUPALMA al personal que lleva laborando 30 años o más de servicio en la empresa.



*En primer lugar, estamos muy agradecidos por este obsequio tan maravilloso, queremos trabajar otros treinta años para ver si nos dan la oportunidad de volver a ir. Haber podido montar en un avión y haber podido ir a conocer el mar a estas alturas, fue un detalle por bonito por parte de INDUPALMA. Éstas fueron algunas de las expresiones manifestadas por los empleados que asistieron al viaje.*

El primer grupo que viajó, estaba conformado por 9 trabajadores, cada uno con su respectivo acompañante. Fueron 5 días y 4 noches con todo incluido, Transporte terrestre y aéreo,

**SU SECCIÓN:** En este espacio el colaborador podrá leer las notas del Talento Humano, el acontecer deportivo y las actividades de destacar de la empresa.

## CRONOGRAMA

ACTIVIDAD	DICIEMBRE		ENERO				FEBRERO				MARZO				ABRIL				MAYO				JUNIO		Octubre		
	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.3	S.4	S.1	S.2	S.1	S.2	
Inducción a la empresa	■	■																									
Actividades laborales	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Construcción de los contenidos de los boletines internos (Correo de la Gente, Vamos Aliados, Palmeros de Corazón, GIP)	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Apoyo logístico, toma de fotografías y entrevistas en los diferentes eventos, reuniones o capacitaciones.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Formulación del proyecto					■	■																					
Publicaciones en el Blog - Virtupalma							■	■			■	■			■	■			■	■				■	■		
Ajustes del informe								■	■															■	■		
Redacción del documento final																									■		
Entrega de informe final																									■		

#### **4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

- Para la empresa, el blog ofrecerá un buen lugar para actualizar frecuentemente la información e invertir en un intercambio bidireccional.
- La articulación de la integralidad en el perfil del comunicador se hace evidente mediante este tipo de prácticas, ya que permite, considerar elementos del trabajo periodístico y organizacional.
- Es necesario, hacer seguimiento al tráfico y participación que pueda tener el blog, de manera que periódicamente se estén re-evaluando los contenidos.
- Se requiere aprovechar las herramientas que brindan las nuevas tecnologías para potenciar el desarrollo de información hipertextual y multimedia.
- La constancia en las publicaciones es importante al momento de querer posicionar e impulsar las campañas vigentes y la labor de Indupalma.
- Los medios virtuales deben convertirse en una plataforma para impulsar la labor de Indupalma en todos sus ámbitos, para lo cual se debe trabajar en conjunto de manera coordinada y eficaz.

- VirtuPalma, permite tener la información actualizada constantemente y el fácil acceso de los usuarios para que estén enterados de las eventualidades de la empresa.
- Los Blogs virtuales generan respuestas oportunas y casi en tiempo real, a cualquier duda o inconveniente que se presente; por esto, es necesario que quien esté encargado del manejo y administración de los perfiles, tenga el conocimiento para redireccionar dichas inquietudes a los directos responsables de cada proceso.
- Cuando los usuarios hagan comentarios acerca de las diferentes publicaciones en VirtuPalma, se sugiere que la respuesta que se da a dichos usuarios sea más personalizada, lo que establecerá un vínculo más cercano con los asociados o posibles nuevos clientes.
- Los temas de interés que se publiquen deben estar siempre redireccionados a la página Web oficial de Indupalma, es por esto que se deben buscar puntos clave para relacionar dichos temas con el portafolio de productos y servicios que ofrece la empresa.
- Se recomienda, realizar un cronograma de lanzamiento y sostenimiento de las diferentes campañas vigentes para que las publicaciones se hagan de manera regular y no ocasional.
- La expansión de Internet y el desarrollo de aplicaciones de uso intuitivo por parte de usuarios no avezados están transformando la cultura. La apropiación social de poderosas herramientas de

comunicación pública plantea un desafío a los medios tradicionales.<sup>7</sup>

- Por último, se hace evidente la necesidad de que los colaboradores desde el interior de la entidad, hagan parte del proceso de impulsar por medio de las redes sociales y página Web oficial, los servicios y productos de la Indupalma con el fin de atraer nuevos asociados y fidelizar a los que se tienen.

---

<sup>7</sup> NOGUERA VIVO, José Manuel. Blogs y Medios. Las Claves de Una Relación de Interés Mutuo.

## BIBLIOGRAFIA

ZAPATA ROS, Miguel. Formación Abierta y a Distancia a Través de Redes Digitales: Modelos de Redes de Aprendizaj . 2001. Documento en línea: [http:// um.es/ead/red/1/modelos.pdf](http://um.es/ead/red/1/modelos.pdf)

CASTELLÓ MARTÍNEZ, Aracelli. La orientación empresarial hacia el cliente en la Web 2.0. 2010. Documento en línea: <http://mhcj.es/2010/04/30/castello>.

INDUPALMA LTDA. Presentación Departamento de Comunicación.

NOGUERA VIVO, José Manuel. Blogs y Medios. Las Claves de Una Relacion de Interes Mutuo.

FORMANCHUK, Alejandro. Comunicación interna 2.0: un desafío cultural. 1ª ed. Buenos Aires: Edición Formanchuk & Asociados, 2010.

GALLEGO, José Antonio. La Función del Community Manager. Elaborado por AERCO y Territorio Creativo. Noviembre de 2009.

FLORES VIVAR, Jesús (ed.), Blogalaxia y periodismo en la red. Estudios análisis y reflexiones, Fragua, Madrid, 2008.



## ANEXOS

### ANEXO A. Organigrama

#### 5.3. ORGANIGRAMA DE INDUPALMA

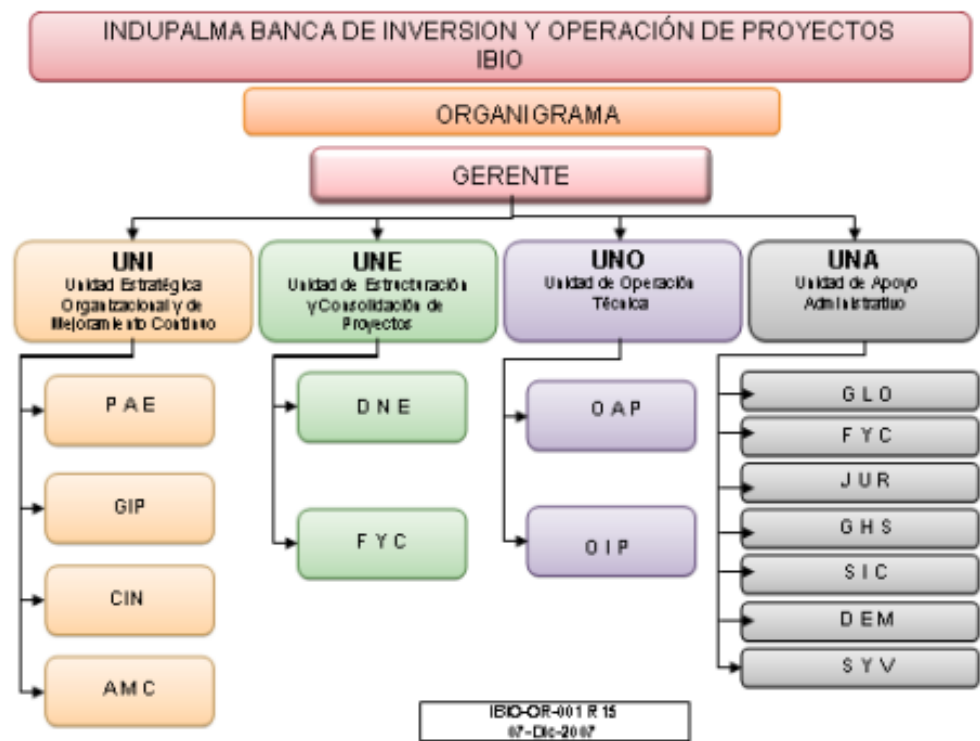


Figura 1: Organigrama INDUPALMA. Fuente: Departamento Comunicación INDUPALMA.

**ANEXO B. Afiche – Campaña Clima Laboral**



Figura 2: Afiche – Campaña Clima Laboral INDUPALMA. Fuente: Departamento Comunicación INDUPALMA.

ANEXO C. Mapa conceptual – Campaña Clima Laboral

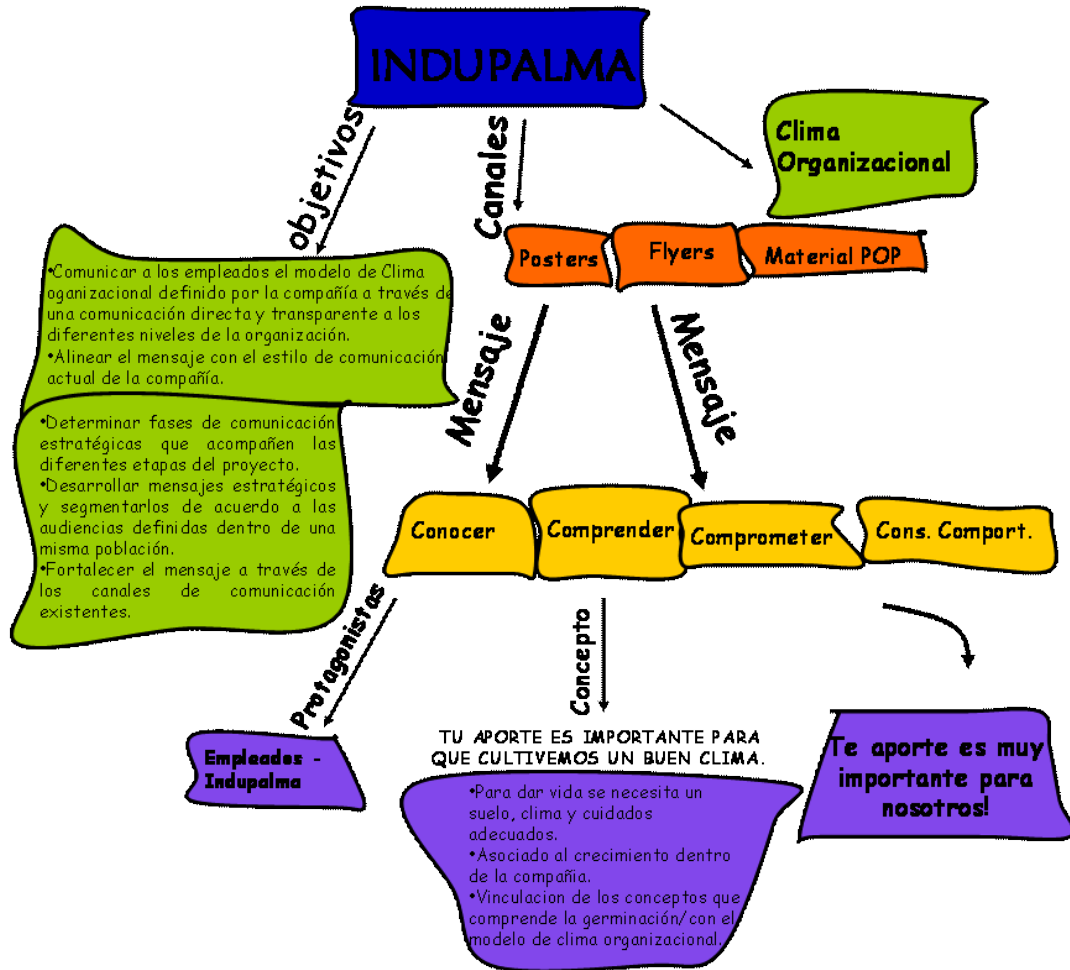


Figura 3: Mapa conceptual – Campaña Clima Laboral INDUPALMA. Fuente: Departamento Comunicación INDUPALMA.

ANEXO D. Recordatorio - Campaña Clima Laboral



Tienes idea de qué es  
un **MAPA HUMANO??**

**No...?**

Es una encuesta que lidera GHS para conocer a nuestros trabajadores y mantener actualizada su información personal, familiar y laboral.

La encuesta fue enviada por correo-e y **DEBE SER** diligenciada entre el 16 de marzo y el 15 de abril. Es importante que todos participen y accedan al archivo para actualizarlo.

***No esperes hasta el último momento, diligénciala ahora!***

Figura 4: Recordatorio – Campaña Clima Laboral INDUPALMA. Fuente: Departamento Comunicación INDUPALMA.

# Notas de Interés

## Playa, Brisa, Mar...

Como una experiencia Maravillosa e inolvidable, fue catalogado el viaje de los 30 años que realizó INDUPALMA al personal que lleva laborando 30 años o más de servicio en la empresa.

*En primer lugar, estamos muy agradecidos por este obsequio tan maravilloso, queremos trabajar otros treinta años para ver si nos dan la oportunidad de volver a ir. Haber podido montar en un avión y haber podido ir a conocer el mar a estas alturas, fue un detalle por bonito por parte de INDUPALMA. Éstas fueron algunas de las expresiones manifestadas por los empleados que asistieron al viaje.*

El primer grupo que viajó, estaba conformado por 9 trabajadores, cada uno con su respectivo acompañante. Fueron 5 días y 4 noches con todo incluido, Transporte terrestre y aéreo, alimentación, alojamiento, paseo en chiva y todo lo que quisieran consumir durante su estadía en el Hotel.



Figura 5: Plantilla – Notas de interés INDUPALMA. Fuente: Departamento Comunicación INDUPALMA.

## ANEXO F. Plantilla Boletín GIP



# BOLETÍN GIP

Mayo 2012 Volumen 10

**Boletín GIP**

**Dirección General**  
Fernando Zona

**Edición**  
Maarly Amado Reyes  
Carlos Meneses Castillo

**Redacción**  
Carlos Meneses Castillo  
Gilberto Rojas  
Yuly Campos

**Diseño**  
Maarly Amado Reyes.

Noticias

¡AUDITORÍAS INTERNAS Y AUDITORIA DE SEGUIMIENTO!

Para dar cumplimiento al numeral 8.2.2 de la Norma ISO 9001:2008 y estar preparados para la Auditoría Externa de Seguimiento, el 3 de julio de 2012 se dará inicio a las Auditorías internas del Sistema de Gestión Integral que contempla 10 días de auditoría en Plantación y 2 días en Bogotá y en la cual participarán todas las áreas de la organización.

Como resultado de este ejercicio se generarán PLANES DE ACCIÓN que servirán para evidenciar MEJORAMIENTO CONTINUO DE NUESTROS PROCESOS. Estos planes serán objeto de estricto seguimiento por parte de GIP y se informarán los avances de cada uno de ellos.

RECUERDE: Las Auditorías Internas se realizarán del 3 al 13 de Julio de 2012 y la Auditoría Externa de Seguimiento se realizará del 23 al 26 de Julio de 2012.

Gestión de Calidad

¡PLAN DE AUDITORÍAS INTERNAS!

El Plan de Auditorías Internas se llevará a cabo de la siguiente forma: Del 3 al 13 de Julio, Luis Sagra realizará las Auditorías en Plantación y el 9 y 10 de Julio César Rodríguez realizará las auditorías en Bogotá. Los procesos a auditar son:

Certificaciones

ISO 9001:2008  
ISO 14001:2004  
OHSAS 18001:2007  
Kosher



PLANTACIÓN					
FECHA	HORA	PROCESO	OBSERVACIONES	AUDITADO	AUDITORES
2012/04/03	10:30 a 11:30am	Inducción en SSO	Coordinar con SSO	---	Luis Sagra
2012/04/03	11:30am a 12:00m	Reunión de Apertura	GIP-Auditor	---	Luis Sagra
2012/04/04	1:30pm a 5:30pm	Gestión de Recursos Humanos	Urbina de urto	FIGOMI / ALDAMARCA / SPAMELO	Luis Sagra
2012/04/04	7:00am a 12:00m	Producción de semillas	Coordinar logística ultra campo	CAMBRANO	Luis Sagra

Figura 6: Plantilla Boletín GIP INDUPALMA. Fuente: Departamento Comunicación INDUPALMA.

**ANEXO G.** Afiche Campaña expectativa – Concurso gánese las Palmas.



Figura 7: Afiche Campaña expectativa – Concurso gánese las Palmas. INDUPALMA. Fuente: Departamento Comunicación INDUPALMA.

**ANEXO H. Volante – Redes Sociales INDUPALMA**

Si quieres estar enterado de todo lo que pasa en Indupalma,  
Qué se dice? Cómo se dice? Y dónde se dice?....

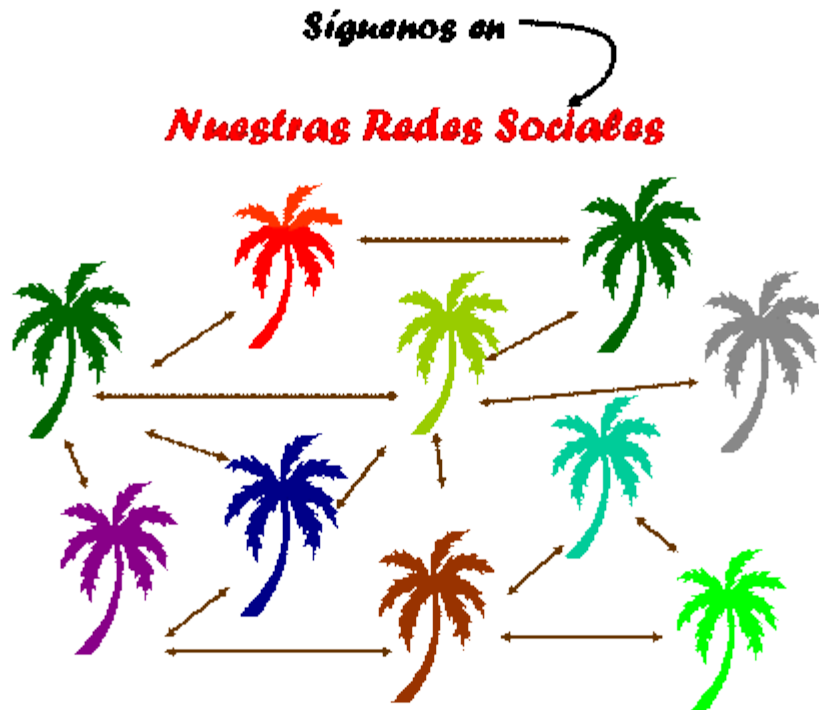


Figura 8: Volante – Redes Sociales INDUPALMA. Fuente: Departamento Comunicación INDUPALMA.



## ANEXO I. Afiche Campaña Incendios Forestales

# Actuaciones en caso de que se produzca fuego:

- Pide ayuda de inmediato si el fuego se sale de control, ponte a salvo y avisa a las autoridades lo más pronto posible.
- En prácticas agrícolas, si usas fuego para limpiar el terreno que se va a sembrar, has una brecha guardarraya para que no se propague.
- Tener en cuenta las condiciones meteorológicas. Si éstas favorecen la propagación de incendios debe evitarse encender fuego con cualquier finalidad.



**No más incendios forestales. De ti depende prevenirlos!!!**

Figura 9: Afiche Campaña Incendios Forestales INDUPALMA. Fuente: Departamento Comunicación INDUPALMA.

## ANEXO J. Recordatorio – Encuesta Satisfacción de los Clientes



Figura 10: Recordatorio – Encuesta Satisfacción de los Clientes INDUPALMA. Fuente: Departamento Comunicación INDUPALMA.

## ANEXO K. Plantilla Boletín Palmeros de Corazón.



**“Somos Palmeros de Corazón”**  
Boletín Informativo – Mayo 2012

El área de Gestión Humana y Social – GHS - viene liderando una serie de iniciativas, enmarcadas en el proyecto “Palmeros del Corazón”, que apuntan a que las metas que se ha trazado la empresa sean realidad. Con el fin de que todos estemos enterados de los avances y logros, a continuación les contamos lo que se ha desarrollado en el último mes en los temas de Cultura Organizacional y Servicio al Cliente.

**Ferias de Empleos**

Las ferias de empleo que se realizaron en la zona de influencia de San Alberto y la feria avanza de Bogotá, fueron un éxito. Las hojas de vida que se recibieron, están siendo analizadas para los diferentes procesos de selección que tenemos actualmente.



Figura 11: Plantilla Boletín Palmeros de Corazón INDUPALMA. Fuente: Departamento Comunicación INDUPALMA.

## ANEXO L. Plantilla Boletín Correo de la Gente.

**INDUPALMA**  
Negocios en la palma de su mano

50 años

Abril | 2012

# Correo de la gente 7

### Firmamos la Convención Colectiva 2012

## Con este acuerdo, trabajadores, directivos y socios, hemos abierto una era promisoria para el futuro de Indupalma: el futuro de todos.

El pasado viernes 2 de marzo finalizaron las conversaciones iniciadas el 24 de enero de 2012 dentro del proceso de arreglo directo para firmar la Convención Colectiva de Trabajo 2012. Lo conseguimos y estamos muy contentos. En un mes y ocho días de diálogos respetuosos que, preferimos llamar Mesa de Diálogo y no Mesa de Negociación, quedaron sentados los acuerdos que permitirán lo que buscamos: más bienestar a los trabajadores y una Empresa fortalecida.

En esta entrega les contaremos a todos cuáles son los principales aspectos de este acuerdo y, asimismo, conoceremos las impresiones de quienes llevaron con éxito y responsabilidad la Mesa de Diálogo. De igual manera, veremos como ya se ha abierto paso en Indupalma, una cultura del entendimiento dirigida a lograr acuerdos en beneficio de todos.

**SEMBREMOS JUNTOS UNA HISTORIA QUE CADA VEZ SEA MEJOR**

**Los consejos de Julio Cesar. Habla Julio Cesar Carrillo, nuestro Asesor Laboral y Maestro**

Cuando preguntamos al Doctor Carrillo sobre los consejos que quisiera dejar, luego del cierre exitoso de la Convención, respondió no solo con sabias enseñanzas dirigidas a fomentar un mejor entendimiento entre nosotros para comprendernos mejor en estas circunstancias de negociación. Nos entregó las tablas de humanidad para ser mejores trabajadores, mejores personas y mejores colombianos cada día.

Estas fueron sus enseñanzas y recomendaciones JCC JCC: Todos somos humanos con suficientes ingredientes de bondad

"No pierde jamás el "amor", el "pelo a risma" de la propia humanidad, a fin de descubrir, desde la emoción, la bondad interior de aquel que está a nuestro lado, lo cual constituye una oportunidad vital para crear justos en tanto a visiones compartidas".

"La Responsabilidad feliz" - El trabajo, un camino para ser mejor

"Cultivar como fruto permanente una espíritu de bondad capaz de sentir el trabajo como un camino para construir mejores maneras de vivir, de suerte que quienes tengan el deber de exigir el cumplimiento de obligaciones lo hagan con autoridad amorosa del que "la tiene clara" desde el respeto, y no con la fuerza. Y los que debían cumplir tales exigencias, lo hagan con la responsabilidad feliz del que lo entendió todo y no del que sobrevivió".

Con transparencia hay confianza siempre

"Mantener la transparencia y la claridad en el diálogo cotidiano. Hacer de la verdad un camino. No dudar, no ultrajar, no coartar, no maltratar. Si apostar al buen trato, a la lealtad que no es complicidad con lo ilegal, a la mente alerta para construir, para crear".

Hay que saber

"Y finalmente, no acomodarse, no instalarse, "no dormirse sobre los laureles", seguir visualizando sueños, seguir trabajando la emoción para llegar a la razón, seguir innovando, creando y modernizando sobre el soporte siempre actual del respeto por la dignidad humana, por el buen trato, por el diálogo como camino... Una terna permanente de pensar, pensar en el otro y pensar y repensar el afecto por una empresa que, como Indupalma, se lo merece".

Figura 12: Plantilla Boletín Correo de la Gente INDUPALMA. Fuente: Departamento Comunicación INDUPALMA.

