

**Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo –SST-  
Estrategia de Sensibilización desde la Comunicación para el público interno de  
Envía Colvanes S.A.S.**

**Trabajo de grado para optar al título de Comunicador – Periodista**

**Diana Carolina Tabares Alzate**

**Asesora**

**Ángela María Correa Aramburo**

**Mg. Comunicación Digital**

**Corporación Universitaria Lasallista  
Facultad de Ciencias Sociales y Educación  
Comunicación y Periodismo  
Caldas-Antioquia**

**2016**

## Tabla de Contenido

|                 | Pag. |
|-----------------|------|
| Introducción    | 6    |
| Justificación   | 7    |
| Objetivos       | 13   |
| Marco Teórico   | 14   |
| Metodología     | 28   |
| Resultados      | 29   |
| Conclusiones    | 45   |
| Recomendaciones | 46   |
| Referencias     | 47   |
| Apéndices       | 48   |

## Lista de Tablas

|   | <b>Pag.</b> |
|---|-------------|
| Tabla 1. Medios de comunicación interna en Envía Colvanes S.A.S. - Carteleras.              | 24          |
| Tabla 2. Medios de comunicación interna en Envía Colvanes S.A.S. AltaVoz.                   | 26          |
| Tabla 3. Medios de comunicación interna en Envía Colvanes S.A.S. - Tropezones informativos. | 27          |
| Tabla 4. Medios de comunicación interna en Envía Colvanes S.A.S. - Correo Electrónico.      | 28          |
| Tabla 5. Medios de comunicación interna en Envía Colvanes S.A.S. - Notienvía.               | 29          |
| Tabla 6. Matriz FODA Carteleras Institucionales.  | 40          |
| Tabla 7. Matriz FODA Altavoz.   | 40          |
| Tabla 8. Matriz FODA Tropezones.  | 41          |
| Tabla 9. Matriz FODA Correo Electrónico.  | 42          |
| Tabla 10. Matriz FODA Notienvía.  | 42          |

## Lista de Ilustraciones

|   | Pag. |
|---|------|
| Ilustración 1. Imágenes de algunas carteleras en Envía Colvanes S.A.S.  |      |
| Ilustración 2. Ejemplos de avisos para la promoción de fechas especiales y de jornadas de Salud Ocupacional.  | 50   |
| Ilustración 3. Ejemplos de avisos para la promoción de fechas especiales y de jornadas de Salud Ocupacional.  | 50   |
| Ilustración 4. Integración Club Amiguitos. Actividades de salud y cultura con los hijos de los colaboradores. | 51   |
| Ilustración 5. Avisos en carteleras sobre Convocatorias internas.   | 51   |
| Ilustración 6. Fiesta de Navidad. Entrega de regalos a los hijos de los colaboradores.                        | 52   |
| Ilustración 7. Realización de las Jornadas de salud.  | 52   |
| Ilustración 8. Pausas activas y promoción de Salud Ocupacional.   | 53   |
| Ilustración 9. Actividades de promoción de salud.   | 53   |
| Ilustración 10. Campaña Seguridad y Salud en el Trabajo.  | 54   |

## Lista de Gráficos

|   | Pag. |
|---|------|
| Gráfico 1. Organigrama General Envía Colvanes S.A.S.  | 12   |
| Gráfico 2. Organigrama Regional Medellín Envía Colvanes S.A.S.  | 14   |
| Gráfico 3. Medios de comunicación en Envía Colvanes S.A.S.  | 23   |
| Gráfico 4. Conocimiento de la existencia de medios de comunicación.   | 31   |
| Gráfico 5. Identificación de los medios de comunicación interna por parte de los empleados de Envía Colvanes regional Antioquia.                    | 32   |
| Gráfico 6. Temas que a juicio de los colaboradores de Envía Colvanes S.A.S. deben hacer presencia en los diferentes medios de comunicación interna. | 33   |
| Gráfico 7. Carteleras. Valoración de medios de comunicación por calidad de información que le brinda.   | 34   |
| Gráfico 8. AltaVoz. Valoración de medios de comunicación por calidad de información que le brinda.  | 34   |
| Gráfico 9. Correo electrónico. Valoración de medios de comunicación por calidad de información que le brinda.                                       | 35   |
| Gráfico 10. El Tropezón. Valoración de medios de comunicación por calidad de información que le brinda.   | 35   |
| Gráfico 11. Notienvía. Valoración de medios de comunicación por calidad de información que le brinda.   | 35   |
| Gráfico 12. Buzón de ideas. Valoración de medios de comunicación por calidad de información que le brinda.  | 36   |
| Gráfico 13. Mensajero. Valoración de medios de comunicación por calidad de información que le brinda.   | 36   |
| Gráfico 14. Carteleras. Valoración de medios de comunicación por la afinidad.   | 37   |
| Gráfico 15. AltaVoz. Valoración de medios de comunicación por la afinidad.  | 37   |
| Gráfico 16. Correo electrónico. Valoración de medios de comunicación por la afinidad.   | 37   |
| Gráfico 17. Tropezón. Valoración de medios de comunicación por la afinidad.   | 38   |
| Gráfico 18. Notienvía. Valoración de medios de comunicación por la afinidad.  | 38   |
| Gráfico 19. Buzón de ideas. Valoración de medios de comunicación por la afinidad.   | 38   |
| Gráfico 20. Mensajero. Valoración de medios de comunicación por la afinidad.  | 39   |

## Lista de Apéndices

|   | Pag. |
|---|------|
| Ilustración 2. Ejemplos de avisos para la promoción de fechas especiales y de jornadas de Salud Ocupacional.  | 50   |
| Ilustración 3. Ejemplos de avisos para la promoción de fechas especiales y de jornadas de Salud Ocupacional.  | 50   |
| Ilustración 4. Integración Club Amiguitos. Actividades de salud y cultura con los hijos de los colaboradores. | 51   |
| Ilustración 5. Avisos en carteleras sobre Convocatorias internas.   | 51   |
| Ilustración 6. Fiesta de Navidad. Entrega de regalos a los hijos de los colaboradores.                        | 52   |
| Ilustración 7. Realización de las Jornadas de salud.  | 52   |
| Ilustración 8. Pausas activas y promoción de Salud Ocupacional.   | 53   |
| Ilustración 9. Actividades de promoción de salud.   | 53   |
| Ilustración 10. Campaña Seguridad y Salud en el Trabajo.  | 54   |

## Resumen

Envía Colvanes S.A.S. compañía exitosa en el transporte de mercancía y mensajería tiene una trayectoria de más de 40 años en Colombia, cuenta con 700 empleados en cada una de sus regionales. Este número de personas soporta el recurso humano que tiene la empresa para el desarrollo de la operación.

Por ello en la Regional Medellín el área de Salud Ocupacional se propuso para el 2016 y a raíz del alto índice de accidentes y ausentismo laboral, diseñar una campaña de mejoramiento para llevar a los colaboradores a interiorizar diversos aspectos que son de vital importancia en el ámbito empresarial.

Envía reconoce que para lograr este propósito uno de los aspectos claves es la comunicación. Gestión Humana quien direcciona esta política en la empresa, destinó al área de Salud Ocupacional para trabajar de manera constante con el practicante de comunicación en la creación y el desarrollo de diferentes estrategias de comunicación en función de lograr su objetivo.

**Palabras claves:** Campañas de comunicación, seguridad en el trabajo, acciones comunicativas, sensibilización, comunicación interna.

## Introducción

En la actualidad en los ambientes laborales la comunicación es fundamental, ya que a través de diferentes herramientas, se puede obtener efectos positivos que giran en torno a los empleados y ayuda a fomentar la motivación, a tener compromiso con la empresa y a crear un buen clima de trabajo.

Envía Colvanes S.A.S. a través de diferentes herramientas de comunicación, quiere incentivar r de manera positiva en los colaboradores la seguridad y salud en el trabajo, haciendo de este tema un aspecto esencial.

Teniendo en cuenta lo anterior, se toma como referencia El libro Estrategia Global en Materia de Seguridad y Salud en el Trabajo que plantea: “Se deberá elaborar con carácter prioritario un nuevo instrumento que creará un marco de promoción de la Seguridad y Salud en el Trabajo”. (Morillons, 2003). Y es por esto que este tema es de vital importancia en el ámbito laboral, ya que centra toda la atención en el beneficio de los empleados.

Por esta razón es que se plantea el trabajo de grado, para implementar estrategias de comunicación que ayuden a crear consciencia en los colaboradores, para prevenir accidentes internos y externos, saber cómo llegarle a los empleados de manera positiva y hacer la difusión coherente del Sistema Integral de Seguridad y Salud y que éste siga posicionándose en el área de Salud Ocupacional de toda la empresa y que por encima de cualquier labor esté presente el autocuidado.

## Justificación

Envía Colvanes S.A.S. y las empresas aliadas COLSERLOG y SERCOMLOG son organizaciones dedicadas al envío de mensajería y mercancía. Actualmente tienen presencia en 15 de las principales ciudades del país: Bogotá (sede principal), Cali, Medellín, Barranquilla, Cúcuta, Pasto, Pereira, Manizales, Bucaramanga, Ibagué, Sincelejo, Neiva, Cartagena y en los distritos en Tunja y Bosconía. En cada ciudad se cuenta con una sede administrativa y operativa.

La empresa fue fundada en Bogotá en 1974 por el señor Henry Cubides. Inicialmente se dedicó al transporte de líquidos industriales, su razón social en ese entonces era COLTANQUES. En poco tiempo logró proyectarse como una empresa exitosa en el transporte de petróleo crudo. La compañía, por su buen desempeño, se posicionó como uno de los principales proveedores de ECOPETROL. Gracias a la experiencia adquirida en envíos, en 1996 los propietarios de COLTANQUES fundaron COLVANES, compañía que unida a la marca Envía, da origen a lo hoy se conoce como *Envía Colvanes S.A.S.*, empresa que en la actualidad se dedica al transporte de mercancía y mensajería. Sus principales líneas de negocio son: Mensajería Expresa ME, Mensajería Vía Terrestre MVT, Mensajería Masiva, MM, Cadena de Fríos, Transporte de Mercancía y Mensajería Área.

La Misión de la empresa está orientada a satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes en el manejo y transporte de documentos y mercancías a nivel nacional e internacional, contribuyendo al desarrollo del país.

En consecuencia se ha propuesto como Visión que para el 2017: Envía será reconocida por su servicio como la mejor empresa del país en el manejo y transporte de documentos y mercancías.

Algunos de los valores institucionales son:

- Cumplimiento con los compromisos a tiempo.
- Actitud de servicio hacia los clientes.
- Trabajo en equipo para lograr metas extraordinarias.
- Creatividad e innovación que generen valor a los clientes.
- Rectitud y Respeto.

La Regional Medellín cuenta con 700 empleados, entre los cuales se destacan los siguientes perfiles: mensajeros, conductores, auxiliares de cargue y descargue, *in house-ces*, promotor de puntos de ventas, operadores de servicio y administrativos.

Para *Envía Colvanes S.A.S.* y empresas aliadas es importante la salud y seguridad de todos sus colaboradores, ya que de cada uno depende el desarrollo exitoso de la operación. El desarrollo de estas estrategias de comunicación, permitiría la disminución de accidentes laborales, con lo cual también se invertirían los indicadores relacionados con los costos de producción, el ausentismo laboral y los costos asociados a los reprocesos.

El proyecto *Programa de Seguridad y Salud en el Trabajo –SST-, Estrategia de Sensibilización desde la Comunicación para el público interno de Envía Colvanes S.A.S.*, está orientado a desarrollar estrategias de comunicación que ayuden a crear consciencia en los colaboradores, disminuir la tasa de accidentes mensual y que todos el

público interno sea informado correcta y oportunamente sobre el Sistema Integral de Seguridad y Salud en el trabajo, ya que de esto depende también el autocuidado.

### **Acerca de *Envía Colvanes S.A.S***

*Envía Colvanes S.A.S.* es una empresa con 40 años en el mercado de envío de mensajería y mercancía en Colombia. Fue fundada por Henry Cubides en 1974 con el nombre de COLTANQUES en la ciudad de Bogotá. Su promesa de valor desde su fundación fue “*Pasión por lo que hacemos*”. Inició prestando servicios de transporte de líquidos industriales y su buen desempeño le permitió un rápido posicionamiento como una de las principales transportadoras de petróleo de la firma colombiana ECOPETROL.

Después de 22 años en 1996, los propietarios decidieron capitalizar la experiencia adquirida en la línea de servicios de transporte para dar un nuevo impulso a su empresa. Decidieron entonces, apostarle al renglón de la prestación de servicios de mensajería, buscando un valor diferencial basado en la implementación de estrategias más creativas que sus competidores. Uno de los primeros pasos fue el cambio de nombre y de imagen corporativa. De COLTANQUES pasaron a llamarse COLVANES, parte de la identidad con la que se le reconoce en la actualidad.

Para el logro de estos nuevos desafíos contó siempre con el apoyo y acompañamiento de la marca *Envía*. En pocos años y como retribución a una sólida política de calidad en la prestación de servicios, COLVANES cumple con sus nuevos objetivos, convirtiéndose en referente de cumplimiento en el mercado nacional de transporte de Mercancía y Mensajería Expresa.

Talento humano calificado, un sistema de gestión de calidad en permanente evaluación y el oportuno servicio al cliente son algunas de las características que hacen que *Envía Colvanes S.A.S.* en la actualidad sea reconocida como una empresa sólida y con grandes posibilidades de crecimiento en el futuro.

En 2016 la empresa alcanza presencia en 15 ciudades principales del país. Bogotá, desarrollada como la sede principal, desde allí se definen las políticas de operación que deben aplicarse en las demás sedes del país. Su estructura organizacional (ver ilustración 1) se define de acuerdo a sus líneas de negocio: Mensajería Expresa ME, Mensajería Vía Terrestre MVT, Mensajería Masiva, MM, Cadena de Fríos, Transporte de Mercancía y Mensajería Área.

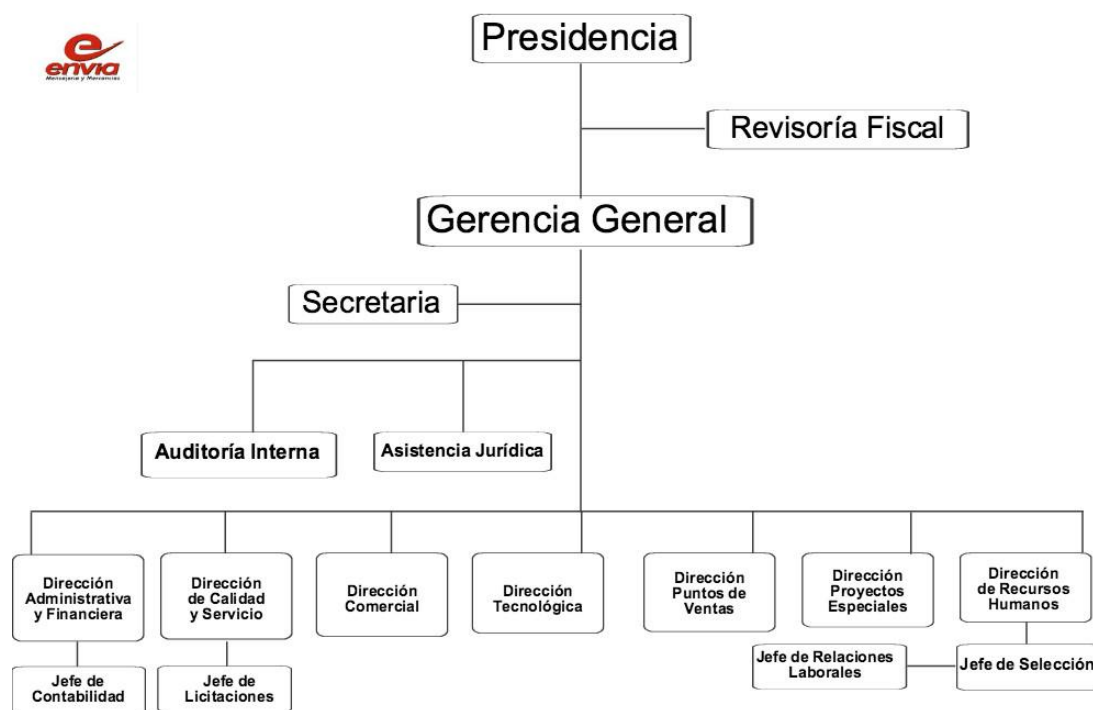


Gráfico 1. Organigrama General *Envía Colvanes S.A.S.*

El cumplimiento, la actitud de servicio, el trabajo en equipo, la creatividad, la rectitud y el respeto son los valores institucionales que caracterizan a *Envía Colvanes S.A.S.* en cuanto al desarrollo de la operación en todas las regionales.

Adicionalmente, y por el aporte de COLTANQUES como aliado de la marca Envía, la empresa dispone para su maniobra de un parque automotor de aproximadamente 500 vehículos (Furgones). Modelos en su mayoría nuevos y de diferente capacidad, dotados con todo el equipo de seguridad satelital, celular y de radio que permiten el control de las rutas, apertura de puertas y bloqueo del vehículo en caso de necesidad. También cuenta con más de 500 tracto mulas que son usadas para operar en viajes largos.

### ***Envía Colvanes S.A.S., regional Medellín***

Esta regional, al igual que la sede principal, abrió sus puertas al público en el año 1997. Está ubicada en el municipio de Sabaneta y cuenta entre su personal con auxiliares de cargue y descargue, promotores de puntos de venta, mensajeros, conductores, *in house*, *ces*, operadores de servicios y, diferentes cargos, para el área administrativa.

*Envía Colvanes S.A.S.*, Medellín, cuenta con 32 puntos de venta que están ubicados en diferentes zonas y barrios de la ciudad. Prestan los mismos servicios: permitir el envío y la recogida de mercancía. Su estructura organizacional reconoce trece departamentos, seis de los cuales están ubicados en la oficina principal de la regional, estos son: Gerencia, Gestión Humana, Comercial, Facturación, In House/CES, Salud Ocupacional. Los siete restantes despachan desde el área

Operaciones, así: Servicio al Cliente, Tesorería, Seguridad, Sistemas, Recolección, Mensajería y Masivos.

El área de Operaciones de *Envía Colvanes S.A.S.* es la encargada de hacer la repartición absoluta de la mercancía. Cada colaborador desarrolla una función dependiendo de su cargo ya sea conductor, auxiliar cargue y descargue, operador o mensajero.

### Organigrama Regional Medellín Envía Colvanes S.A.S

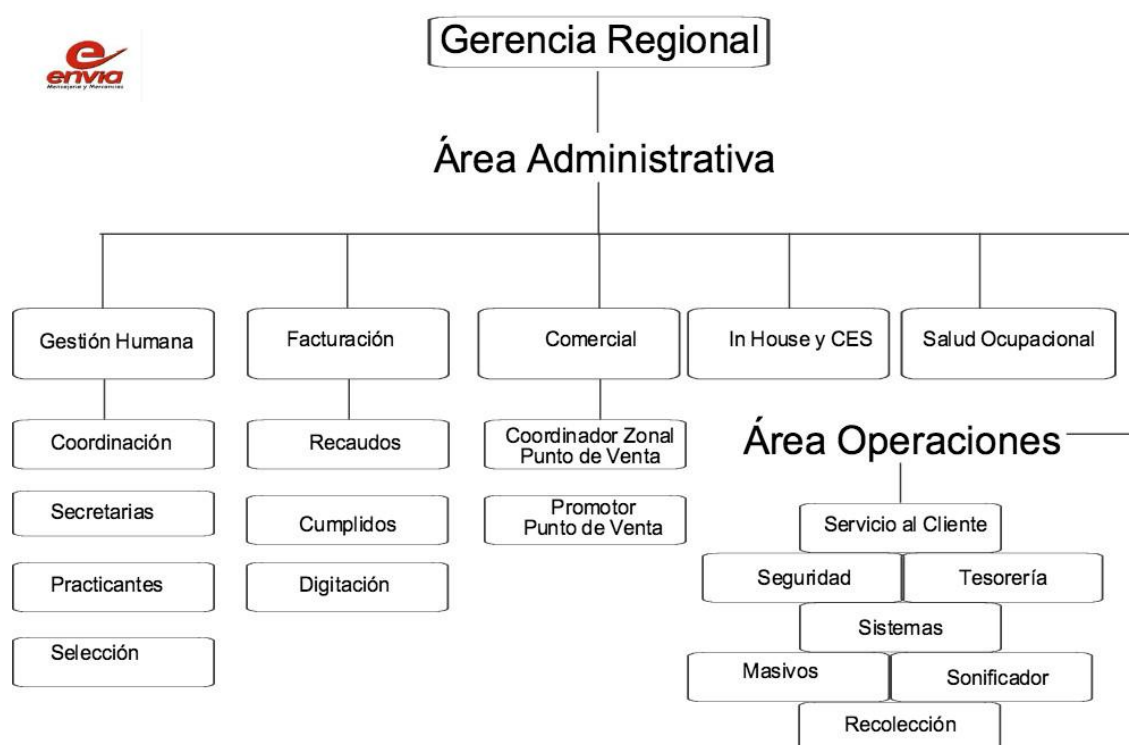


Gráfico 2. Organigrama Regional Medellín Envía Colvanes S.A.S.

## Objetivos

### Objetivo general:

Diseñar estrategias de Comunicación para la sensibilización del público interno de *Envía Colvanes S.A.S.* y empresas aliadas para el uso responsable de los elementos de Protección en el Trabajo (SST).

### Objetivos específicos

- Diagnosticar los medios de comunicación interna de *Envía Colvanes* y empresas aliadas.
- Identificar acciones de mejoramiento para los canales de comunicación interna de *Envía Colvanes S.A.S.*
- Diseñar una estrategia de comunicación para el SST en cada uno de los medios de comunicación *Envía Colvanes S.A.S.*

## Marco Teórico

### Las comunicaciones en *Envía Colvanes S.A.S*

*Envía Colvanes S.A.S.* cuenta con un departamento de comunicaciones en la Regional Bogotá a través de la cual direcciona a sus sedes en todo el país las políticas y estrategias de comunicación que deben desarrollarse para el relacionamiento con los públicos interno y externo, buscando con ello unidad en el manejo de la identidad y de la imagen corporativa.

Una de sus acciones principales consiste en el diseño y actualización permanente del Manual de Estilo Corporativo, herramienta que contiene toda su política de publicación, y que de manera especial, atiende los requerimientos para la gestión de convocatorias internas, promociones e ingresos mensuales, plantillas de liderazgo para las actividades internas, formato de accidentes, formatos de asesorías y de postulación para nuevos cargos. También presenta un capítulo dedicado a la definición de las formas y estructuras que deben cumplir sus publicaciones. El Manual define en cuanto a la forma el tipo de letra, tamaño, colores corporativos, ubicación del logo; y con relación al contenido establece parámetros sobre el tipo de información con el cual se deben alimentar las carteleras en las sedes operativas y en las oficinas de atención al público.

La Dirección Nacional de Comunicación actualmente es coordinada por la comunicadora Carolina Cámara. Hacen parte del equipo, Katherine Zuleta Roldán y Esneider de Jesús Camargo, asistentes de comunicaciones; Juan Pablo Correa, productor audiovisual; Andrea Cámara, auxiliar de mercadeo y Alexander Acosta,

auxiliar de medios impresos. Cada regional cuenta con un estudiante en práctica en el área de comunicaciones. Desarrolla funciones desde el área de Gestión Humana, estamento que en el plano local vela por el cumplimiento de las políticas de comunicación contenidas en el Manual de Estilo Corporativo.

El Plan General de Comunicaciones, definido desde la Dirección Nacional de Comunicación, tiene por objetivo: “Socializar las iniciativas de Comunicación Interna con las Regionales, con el fin de convertirlas en los principales replicadores y ejecutores de estas acciones que contribuyen al cumplimiento de los Objetivos del Direccionamiento Estratégico.” (Envía Colvanes S.A.S, 2010, 15) Para hacerlo realidad *Envía Colvanes S.A.S.* a través de diferentes estrategias de comunicación hace posible día a día que éste se vaya cumpliendo de manera efectiva. Por otro lado, lo que se busca es que todas las regionales compartan la identidad corporativa y que en las regionales, el estudiante en práctica, sea quien realice en cada regional las acciones necesarias para cumplir con sus políticas.

### **El área de salud ocupacional**

La Regional Medellín cuenta con el área de Gestión Humana de la cual se dependen los departamentos Selección y Salud Ocupacional. Éste último hace 10 años es el encargado de realizar actividades en pro de mantener en excelentes condiciones el bienestar integral y físico de los colaboradores.

Al Departamento de Salud Ocupacional le corresponde promover la cultura de la prevención de riesgos laborales entre los colaboradores, así como el bienestar integral y la calidad laboral. *Envía Colvanes S.A.S.* a través de este departamento estableció su

propio Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo. Para su direccionamiento y puesta en marcha cuenta con la gestión del Líder regional de Salud Ocupacional, actualmente en cabeza de Ana Cristina Rendón, y del estudiante en práctica de turno, que para el tiempo de desarrollo de este proyecto era Carlos Carvajal Giraldo. Bajo su responsabilidad está el desarrollo de todos los proyectos y campañas asociados a su desarrollo, siempre en función de preservar y mantener el bienestar físico de los trabajadores.

Con el Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo se busca despertar un interés positivo en los colaboradores a través del desarrollo de diferentes campañas para que tengan en cuenta que la seguridad laboral empieza por cada uno. El Plan de Seguridad y Salud en el Trabajo tiene definidos los siguientes objetivos:

- Evaluar en forma cualitativa y cuantitativa los factores de riesgo presentes en la empresa.
- Prevenir y disminuir los accidentes de trabajo, enfermedades comunes y profesionales prevalentes.
- Fomentar el desarrollo de actividades de prevención de enfermedades laborales, accidentes de trabajo y programas de promoción. (Envía Colvanes S.A.S, 2009)

El departamento de Salud Ocupacional para lograr el cumplimiento de estos objetivos desarrolla actualmente los siguientes programas:

- Prevención de Ruido.
- Ergonomía.
- Seguridad Vial.

- Psicosocial.
- Prevención de alcohol, tabaco y drogas.

Cada programa está direccionado a lograr que los trabajadores se informen y tomen conciencia.

### **Seguridad en el Trabajo**

Actualmente una de las temáticas importantes en el ambiente laboral es la seguridad en el trabajo. Cada organización debe ocuparse para que cada día las condiciones del entorno sean mejores gracias a la creación permanente de estrategias que le permitan mantener indicadores que de cuenta de la armonía en los aspectos laborales, que como mencionan Meliá & Sesé (1999), “La medición de determinados precursores de accidentes operacionalizados en el variable clima de la seguridad, supone una potente herramienta para el diseño de programas que corrijan, mejoren y promocionen los niveles de seguridad y salud laboral en contextos organizacionales”

### **Comunicación Interna**

El logro de los objetivos organizacionales demanda que todos los empleados conozcan las políticas, los objetivos, las metas y, por supuesto, los direccionamientos que existen en la organización frente al trabajo en equipo. De otro lado, hay que tener en consideración que una empresa es una fábrica permanente de información importante para el desarrollo y comprensión de todos los procesos y actividades que en ella se adelantan. Sin embargo muchas veces la información no llega a los colaboradores ni en la forma, ni por el canal, ni en el tiempo adecuado. Al respecto

Véliz Montero puntualiza, “Este estado demandante de información, tanto horizontal como vertical, exige una alta comunicación interna en la organización. Es decir no se trata solo de conocer el plan estratégico o de tener a las personas informadas”. (2006)

“El hecho de ser conscientes o de entender lo que ocurre a nuestro alrededor, promueve la libertad personal y nos compromete a descubrir y a evaluar nuestra propia identidad personal.” (Mejía & Grisales, 2012) De ahí parte la importancia de saber manejar de forma adecuada los mensajes, la imagen corporativa y por supuesto mantener una línea estable entre los colaboradores y la empresa.

Por su parte, la fluidez de la comunicación y los buenos resultados en los procesos de comunicación en una empresa, no solo ayudan a la identificación de los problemas, sino que promueven la participación de los empleados permitiéndoles una mayor claridad en temas y responsabilidades que en ciertos casos creían no ser de su interés.

En su documento de buenas prácticas, el Ministerio de Trabajo y asuntos sociales de España (2005) afirma que la comunicación abarca amplios significados, sin embargo el autor reconoce que pese a esta pluralidad toda acción de comunicación incide en el excelente funcionamiento de las empresas, ya que permite direccionar la información a todos los individuos que la conforman.

Este direccionamiento, como toda acción de comunicación debe ser medida para poder establecer con claridad el impacto de las mismas. “Las mediciones internas son de suma utilidad para visualizar las inquietudes de los miembros y tener un panorama preciso de las relaciones interpersonales y la efectividad de cada sector de la organización”. (Álvarez Nobell, 2011)

Para cada proceso de comunicación es importante que se mida el impacto que causa, situación que también se aplica a los asuntos relacionados con la comunicación orientada a lograr mejores indicadores de seguridad en el trabajo. Un análisis juicioso de los indicadores parciales permite realizar planes de mejoramiento tempranos que permitan lograr con mayor eficiencia los objetivos corporativos en este renglón. Para ello es importante tener en cuenta que “El buen desempeño de toda organización inicia a partir de unos procesos y canales de comunicación adecuados”. (King, 2012)

Por consiguiente, es importante crear e implementar estrategias de comunicación donde se fortalezca el desarrollo humano y se le dé un espacio fundamental a los colaboradores, para que se sientan importantes y tengan en cuenta de manera positiva todas las recomendaciones e instrucciones que se les hacen en relación a la Seguridad y Salud en el Trabajo. De igual forma, y para el caso específico de este proyecto, para que se genere una sensibilización frente al uso de cada uno de los *Elementos de Protección Personal EPP*, como son los guantes y las botas para los operadores de servicios; las mono gafas y los tapa oídos para los mensajeros y en general, para el personal de mantenimiento.

### **Sensibilización**

Además de tener presente la sensibilización de los trabajadores frente a temas como la productividad y satisfacción con el cargo que realizan, también se hace necesario llevar a cabo diferentes estrategias de comunicación que de forma asertiva gestionen los mensajes que se quieren transmitir, tener presente el crecimiento de la

compañía en todos los aspectos y lo más importante, lograr que cada empleado se sienta cómodo en el ambiente laboral.

Para avanzar en el desarrollo de las diferentes estrategias es necesario identificar el tipo de conflicto que enfrenta la organización en el renglón particular, al respecto el Doctor en Publicidad y Relaciones Públicas, Jordi Xifra, (2009) plantea, “La etapa de identificación de los conflictos potenciales es el fundamento del proceso de su gestión. Si no se determinan los temas potencialmente conflictivos no se pueden prevenir ni, por ende gestionar”.

### **Acciones Comunicativas**

Uno de los puntos más importantes que hay que tener en cuenta para la realización de cada acción comunicativa es saber dirigir los mensajes sin crear crítica o amenaza en los empleados y tener muy en cuenta cómo llegarle para que la información no se distorsione ni se filtre de manera incorrecta. “La persona que no admite sus errores está casi siempre a la defensiva. Estar a la defensiva quiere decir estar preparado para defenderse de los ataques, de la crítica y de todo aquello que se consideramos amenazante y molesto”. (Fisher, Ury, & Patton. 1985)

Para las empresas actuales es fundamental generar acciones y estrategias de comunicación orientadas a un permanente proceso de negociación que favorezca un adecuado clima laboral. Generar de manera permanente la reflexión positiva frente a las actividades y acciones permite lograr talento humano motivado y conectado en sus tareas diarias.

### Los medios de comunicación en *Envía Colvanes S.A.S.*

La organización cuenta con medios para relacionarse con públicos internos y externos. La gráfica 1 presenta los diferentes medios de comunicación para atender los públicos interno y externo.

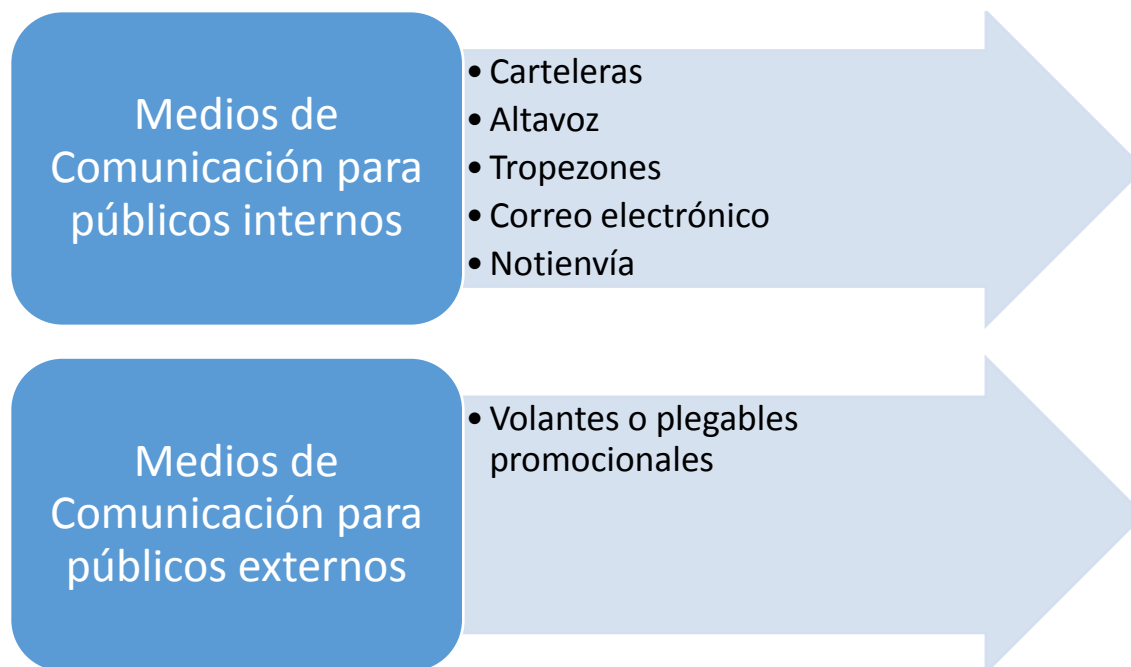


Gráfico 3. Medios de comunicación en *Envía Colvanes S.A.S*

Cada uno de estos medios responde a unas necesidades de comunicación específicas y se orientan de acuerdo con las rutinas de trabajo que definen los flujos de comunicación de cada uno de los públicos internos.

*Envía Colvanes S.A.S.* para el público externo también cuenta con dos medios importantes de comunicación, los cuales están bajo la responsabilidad de la Sede principal en Bogotá. El primer medio es el volante, que se entrega cada dos semanas en todos los puntos de ventas del país, el cual tiene como contenido la ubicación de los

puntos de ventas a través de mapas, los barrios, los teléfonos y las ofertas laborales. Por otro lado está la revista Envimás, que tiene como contenido el valor de los envíos de acuerdo a la medida y al lugar de destino, muestra a través de gráficos los sitios reexpedidos y la dirección exacta de todas las regionales a nivel país.

Además del material para público externo, en cada regional se administran medios para públicos internos. En la regional Medellín estas son sus características:

**Tabla 1. Medios de comunicación interna en Envía Colvanes S.A.S. – Carteleras.**

| <b>Carteleras institucionales</b>                       |   |
|---|---|
| <b>Número</b>   | Hay 5 carteleras distribuidas en toda la sede.  |
| <b>Periodicidad en la publicación y/o actualización</b> | Diariamente   |
| <b>Tipo de contenido</b>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Material relacionado con el servicio al cliente.</li> <li>• Agenda y convocatorias de reuniones internas.</li> <li>• Listados de grupos de trabajo.</li> <li>• Información sobre sitios de descanso y alimentación.</li> <li>• Campañas de higiene y cuidado ambiental.</li> <li>• Informaciones generales para el personal de la planta. (lugares de descanso, turnos para reclamar los celulares e implementos de trabajo, listado de vacaciones)</li> <li>• Ofertas laborales internas y externas.</li> <li>• Material promocional de entidades de salud, seguridad laboral, pensiones, entre otros.</li> </ul> |
| <b>Estrategia de comunicación</b>                       | Que la información que se va a publicar se presente de manera amena, creativa y que el mensaje sea claro para todo el público interno.  |
| <b>Manual de estilo</b>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de letra: Comic Sans Serif</li> <li>• Uso de ilustraciones.</li> <li>• Procurar el uso de fotografías de los empleados en diversas actividades para destacar el factor humano.</li> <li>• Utilización de papeles y cartones de colores para capturar la atención.</li> <li>• Distribución temática de la información en las diferentes carteleras.</li> </ul>   |
| <b>Táctica</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Utilización del mismo tipo de letra en todas las publicaciones para las carteleras.</li> <li>• Mantener stock de materiales para las carteleras.</li> <li>• Construcción de un banco de imágenes alusivas a las actividades y funciones que se desarrollan en Envía Colvanes S.A.S.</li> <li>• Renovación de las imágenes y fotografías de manera periódica.</li> <li>• Distribución temática de las carteleras así:</li> </ul> <p><b><u>Las tres de la entrada</u></b><br/><b>1.Institucional</b></p>   |

|               |  |
|---------------|--|
|               | <p>Marco estratégico de la empresa.</p> <p><b>2. Buenos Hábitos</b><br/>Información sobre servicio al cliente, el chiste del día, hábitos alimenticios.</p> <p><b>3. Información Interna</b><br/>Listado de vacaciones, horarios, eventos internos, campañas.</p> <p><b>Las dos de operaciones</b></p> <p><b>1.Ofertas Laborales y cambios</b><br/>Vacantes, turnos, cambios en la salida del muelle, programación de mercancía.</p> <p><b>2.Beneficios</b><br/>Información promocional de las Eps, Ips, Cajas de Compensación, entre otras.</p> |
| <b>Acción</b> | <p>A través de un manual innovador de forma y estilo destinado a las cinco carteleras de la empresa, se podrá hacer una modificación en ellas para que los colaboradores visualicen un espacio agradable de interés general y se sientan a gusto por verlas y leerlas.</p>   |



Ilustración 2. Imágenes de algunas carteleras en Envía Colvanes S.A.S.

Tabla 2. Medios de comunicación interna en Envía Colvanes S.A.S. AltaVoz.

| <b>AltaVoz (mensajes de audio)</b>                      |   |
|---|---|
| <b>Número</b>   | La empresa cuenta con un sistema de sonido que permite emitir mensajes de audio a todos los empleados.  |
| <b>Periodicidad en la publicación y/o actualización</b> | <p>Diariamente.</p> <p>Cada programa tendrá una duración de 2 minutos que en total suman de 8 a 10 minutos, de manera que todos los empleados, independiente del turno pueda escucharlos.</p> <p><b>Mañana: 7:30 A.M.</b></p> <p><b>Responsable</b><br/>Carolina Tabares Alzate, practicante de comunicación.</p> <p><b>Programas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultura Envía.</li> <li>• Mención cumpleaños.</li> <li>• Frases al servicio al cliente.</li> <li>• Recomendaciones del día.</li> </ul> <p><b>A cargo de: Área de Gestión Humana</b></p> <p><b>Tarde: 1:30 P.M.</b></p> <p><b>Responsable</b><br/>Carolina Tabares Alzate, practicante de comunicación.</p> <p><b>Programas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La hora loca con los humoristas envía y Mención cumpleaños.</li> </ul> <p><b>A cargo de: Colaboradores.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rutas que se deben despachar.</li> </ul> <p><b>A cargo de: Coordinador de turno de mensajería.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultura Envía y recomendaciones del día.</li> </ul> <p><b>A cargo de: Gestión Humana, Área de Salud Ocupacional.</b></p> <p><b>Noche: 7:30 P.M.</b></p> <p><b>Responsable</b><br/>Marcela Cardona Restrepo, digitadora.</p> <p><b>Programas</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rutas que faltan por llegar a la empresa.</li> </ul> <p><b>A cargo de: Coordinador de turno de operaciones.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cambio de turno y ruta para los de la noche.</li> </ul> <p><b>A cargo de: Coordinador de turno de mensajería.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultura Envía, mención cumpleaños,</li> <li>• y servicio al cliente.</li> </ul> <p><b>A cargo de: Gestión Humana, Área de Salud Ocupacional.</b></p> |
| <b>Tipo de contenido</b>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se cuenta con un programa de audio llamado <i>Cultura Envía</i>, a través de esta estrategia se dan a conocer mensajes de interés para los empleados y que permiten el mejor desempeño de la empresa y el posicionamiento de la marca.</li> <li>• Este programa también permite la socialización de mensajes y recomendaciones sobre la seguridad laboral.</li> <li>• Se ofrece información sobre agenda de eventos y el desarrollo de campañas internas.</li> <li>• Se felicita a los trabajadores que están celebrando su cumpleaños.</li> <li>• Se comparten mensajes que motivan el servicio al cliente y reflexiones orientadas al crecimiento personal y familiar.</li> <li>• La agilidad que facilita el medio permite informar con inmediatez cuando se presenta un hecho o evento empresarial de interés general.</li> </ul>  |
| <b>Estrategia de comunicación</b>                       | Se formalizarán secciones para el programa <i>Cultura Envía</i> , de manera que en una de ellas se programen temas propuestos o desarrollados de manera voluntaria por los colaboradores de Envía. Estos contenidos podrán grabarse aprovechando las campañas que se desarrollen. Específicamente, por ser el objetivo de esta propuesta, los relacionados con Seguridad y Salud en el Trabajo.   |
| <b>Manual de estilo</b>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Definición de mini secciones para el programa Cultura Envía.</li> </ul>  |

|                |   |
|----------------|---|
|                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Formalización de un horario para la transmisión del programa a mañana, tarde y noche.</li> <li>• Escritura de guiones para cada programa.</li> <li>• Colaboradores responsables por secciones</li> <li>• Para fortalecer de manera específica el programa de Seguridad en el trabajo, a través de <i>AltaVoz</i>, los colaboradores tendrán la posibilidad de participar haciendo mención a frases en favor de la prevención de accidentes laborales y para contar las lecciones aprendidas luego de superar un incidente de este tipo.</li> </ul> |
| <b>Táctica</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conformación de un comité de redacción que garantice la variedad de información y la participación de todas las áreas de la empresa.</li> <li>• Diseñar un mecanismo que permita la postulación de empleados y temas relacionados con la Seguridad.</li> <li>• Se harán grupos para escoger los empleados que quieran participar con una reflexión, anécdota o historia. De igual forma para otro tipo de iniciativas que aporten alegría al programa (por ejemplo cuenta chistes)</li> </ul>  |
| <b>Acción</b>  | A través de la variedad de programas en Cultura Envía, se buscará que los empleados sientan ese interés por participar y ser escuchados.  |

**Tabla 3. Medios de comunicación interna en Envía Colvanes S.A.S. - Tropezones informativos.**

| <b>Tropezones informativos</b>                          |  |
|---|--|
| <b>Número</b>   | Tres distribuidos en la sede. Uno está en la parte operativa, el segundo en las oficinas administrativas, y el tercero en el restaurante de la empresa.  |
| <b>Periodicidad en la publicación y/o actualización</b> | Semanalmente.  |
| <b>Tipo de contenido</b>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Espacio para destacar las buenas prácticas de los empleados.</li> <li>• Valores Corporativos.</li> <li>• Información de Seguridad vial.</li> <li>• Indicadores de satisfacción de los clientes.</li> </ul>  |
| <b>Estrategia de comunicación</b>                       | La información y mensajes que se publican han de ser muy atractivos para que llamen la atención de los colaboradores. En cuanto a la calidad de los contenidos, estos deben ser claros y adecuados a los intereses y necesidades de todo el público interno. Los tres tropezones contienen información diferente, el tropezón de operaciones contiene la política de la empresa, contenido sobre la seguridad y los informes que dan los clientes sobre su satisfacción con los envíos. El de los administrativos tendrá satisfacción de clientes, cartelera de cumpleaños y los postulados a ser el empleado del mes y el tropezón del comedor tendrá hábitos saludables. |
| <b>Manual de estilo</b>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de letra: Comic Sans Serif</li> <li>• Uso de ilustraciones relacionadas con las actividades que desarrollan los colaboradores en el cumplimiento de sus funciones.</li> <li>• Tendrá ilustraciones con los buenos hábitos que deben tener los empleados de Envía.</li> <li>• Volantes y material promocional relacionado con la Seguridad vial.</li> <li>• Publicación de informes sobre satisfacción del cliente</li> <li>• Utilización de papeles y cartones de colores para capturar la atención.</li> </ul>  |

|                |   |
|----------------|---|
| <b>Táctica</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de letra: Comic Sans Serif</li> <li>• Las imágenes y fotografías utilizadas para este medio serán tomadas netamente de la planta interna de la empresa.</li> <li>• Los volantes serán dirigidos de forma diferenciada y exclusivamente a los conductores y mensajeros de Envía, de esta manera se direcciona la información a este público que no permanece en planta.</li> </ul> |
| <b>Acción</b>  | Los tropezones a través de imágenes, frases cortas y mucho color servirán para que los empleados hagan un pare en su camino y visualicen los mensajes que allí se publican.   |

**Tabla 4. Medios de comunicación interna en Envía Colvanes S.A.S. - Correo Electrónico.**

| <b>Correo Electrónico</b>                               |   |
|---|---|
| <b>Número</b>   | El correo institucional es usado por 32 administrativos, 30 puntos de ventas y 29 personas en el área de operaciones. En total hay 95 personas con correo electrónico.  |
| <b>Periodicidad en la publicación y/o actualización</b> | De manera permanente de acuerdo con las necesidades de comunicación.  |
| <b>Tipo de contenido</b>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Convocatorias internas sobre vacantes.</li> <li>• Información sobre eventos y campañas internas.</li> <li>• Recomendaciones para algún cargo y convocatoria interna.</li> <li>• Reporte de accidentes.</li> <li>• Información sobre inspecciones de los puntos de venta.</li> <li>• Cotizaciones.</li> <li>• Información sobre nuevos colaboradores.</li> </ul>  |
| <b>Estrategia de comunicación</b>                       | La información que se va enviar al personal que tiene correo será concisa, se hará a través de gráficos y de una tarjeta con imágenes dependiendo de la información que vaya a enviar, esto con el fin de que todo quede claro y no genere vacíos en la comunicación.   |
| <b>Manual de estilo</b>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de letra: Comic Sans Serif</li> <li>• Gráficos de informe de accidentes.</li> <li>• Collage de cotizaciones para eventos.</li> <li>• Información concisa sobre alguna vacante interna que haya.</li> <li>• Evidencias de eventos y campañas que se hayan realizado en la empresa.</li> <li>• Plantilla de ingreso de los colaboradores con fotos.</li> <li>• ilustraciones sobre la ergonomía.</li> </ul> |
| <b>Táctica</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aprobación de índices de accidentes por la líder regional.</li> <li>• Reunión con el personal de selección siempre que haya un ingreso nuevo para hacer la plantilla.</li> <li>• Diseño de tarjeta con imágenes sobre la ergonomía y la seguridad laboral.</li> <li>• Imágenes con pie de foto sobre los eventos realizados en la empresa.</li> </ul>  |
| <b>Acción</b>   | Por medio de las cuentas de correo que tiene cada persona se enviará información relevante y precisa para que los colaboradores que no están en la regional o que no pertenecen al área de operaciones estén informados de todo lo que pasa en la empresa.  |

Tabla 5. Medios de comunicación interna en Envía Colvanes S.A.S. – Notienvía.

| <b>Notienvía</b>  |  |
|---|--|
| <b>Número</b>   | Boletín interno del orden nacional. El contenido de este medio es generado desde las diferentes sedes con que cuenta la compañía en el país.   |
| <b>Periodicidad en la publicación y/o actualización</b> | Trimestral.  |
| <b>Tipo de contenido</b>                                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Noticias relacionadas con los eventos desarrollados por cada regional.</li> <li>• Información sobre las actividades deportivas y los torneos internos desarrollados</li> <li>• Noticias de tecnología e innovación relacionadas con las actividades principales del negocio.</li> <li>• Notas sobre el estado del medio ambiente.</li> <li>• Noticias sobre innovación realizadas por colaboradores voluntarios de cada una de las regionales.</li> </ul> |
| <b>Estrategia de comunicación</b>                       | Seleccionar contenidos impactantes para todas las regionales en el país, y de paso lograr que trimestralmente la información sobre la regional Medellín esté presente y de manera destacada en el Notienvía  |
| <b>Manual de estilo</b>                                 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tipo de letra: Comic Sans Serif</li> <li>• Imágenes con excelente resolución.</li> <li>• ilustraciones con pie de foto específico.</li> <li>• Creación de infografías con asuntos importantes de la regional Medellín.</li> <li>• Realización de piezas de comunicación.</li> <li>• Columna con comentarios de satisfacción de clientes.</li> </ul>   |
| <b>Táctica</b>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Toma de fotos en los eventos internos para publicar en la revista.</li> <li>• Tener presente día y hora de los eventos para ponerlos en el pie de foto.</li> <li>• Información a destacar de la regional, ya sea a través de columnas, anécdotas, perfiles, noticias, boletines o tarjetas con imágenes.</li> <li>• Collage de comentarios de satisfacción de clientes.</li> </ul>  |
| <b>Acción</b>   | El Notienvía hará que los colaboradores que no tengan acceso a medios digitales y que les guste más la lectura de revista, puedan estar enterados de todo lo que sucede en la regional. Todo esto se hará a través de diferentes herramientas.   |

## Metodología

Este trabajo está orientado a lograr mejores procesos de seguridad y salud durante la jornada laboral en *Envía Colvanes S.A.S.* Mediante el análisis de los principales problemas en el área de Salud Ocupacional, se desarrollaron diferentes estrategias y campañas de comunicación logrando una reducción en el índice de accidentes, el incumplimiento de las normas y la interiorización y aplicación de las mismas por parte de los empleados.

Para llevar a cabo todas esas estrategias y lograr los objetivos planteados en este trabajo esta investigación se orientará bajo el enfoque mixto. De un lado apela a las características cualitativas y del otro a las cuantitativas, pudiendo obtener de esta forma la información más relevante en cuanto a los aspectos de seguridad y salud en el trabajo que se deben seguir trabajando para hacer que la compañía sea reconocida por sus mismos empleados como una empresa que les da oportunidades y estrategias para sentirse bien y desarrollar las diferentes actividades de forma segura.

Para llevar a cabo lo anterior se aplicaron varias técnicas de investigación que permitieran en análisis general de las condiciones de comunicación en *Envía Colvanes S.A.S.*, entre ellas, la encuesta que permitió conocer la efectividad de los medios internos, la entrevista a la líder regional que facilitó la recopilación de información sobre la Seguridad y la Salud en el Trabajo. Se realizó además un grupo focal con los empleados para conocer su opinión sobre diversos temas de seguridad. La técnica observación participante, aplicada durante el desarrollo del proyecto, permitió verificar el uso que hacían los colaboradores de las carteleras y los tropezones.

## Resultados

En un primer momento fue importante diagnosticar el impacto de los medios de comunicación internos de *Envía Colvanes S.A.S*, regional Medellín. En este sentido se diseñó una encuesta para identificar cómo era el consumo de los medios de comunicación internos por parte de los colaboradores de Envía Colvanes. S.A.S. El instrumento que consta de 5 preguntas y se orientó a identificar el conocimiento y afinidad de los colaboradores con los medios de comunicación y al tiempo reconocer las fortalezas y debilidades que estos les reconocían.

Este instrumento se aplicó entre el miércoles 9 y el jueves 24 de marzo a 200 empleados de diferentes áreas de la empresa. A continuación se detallan los resultados.

### 1. ¿Envía Colvanes S.A.S. cuenta con canales de comunicación interna?

|    |    |     |     |   |
|----|----|-----|-----|---|
| 1. | SÍ | 195 | 97% | ● |
| 2. | NO | 5   | 3%  | ● |

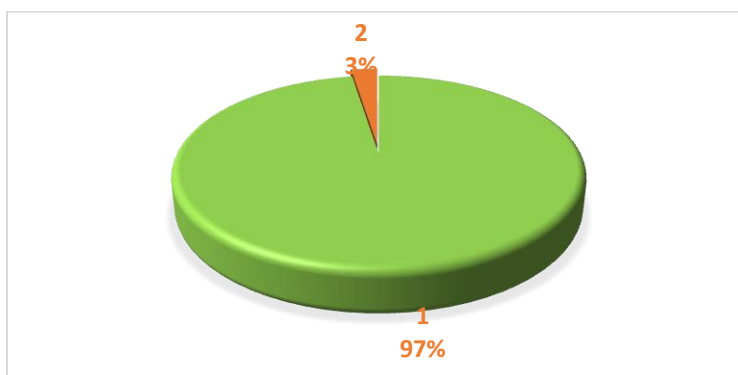


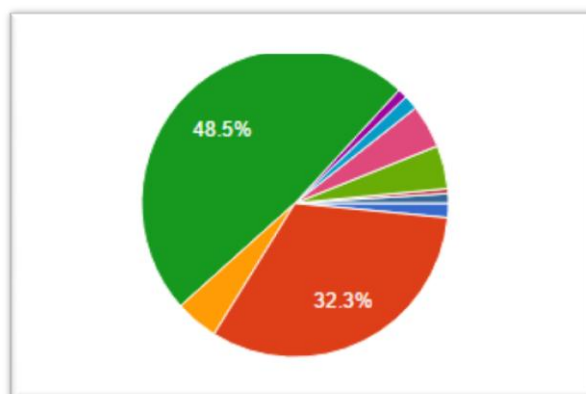
Gráfico 4. Conocimiento de la existencia de medios de comunicación.

De los anteriores resultados se puede inferir que de manera general los empleados reconocen la existencia en la empresa de medios para la comunicación interna.

**2. De los siguientes medios de comunicación ¿Cuáles pertenecen a Envía Colvanes S.A.S.? (Señala todas las opciones que consideres correctas)**

|   |                           |    |       |
|---|---------------------------|----|-------|
| ● | Carteleras                | 96 | 48.5% |
| ● | El AltaVoz                | 64 | 32.3% |
| ● | Correo Electrónico        | 9  | 4.5 % |
| ● | Tropezón                  | 9  | 4.5 % |
| ● | El NotiEnvía              | 9  | 4.5 % |
| ● | El Colombiano             | 3  | 1.5 % |
| ● | Buzón de Ideas            | 3  | 1.5 % |
| ● | El Mensajero              | 2  | 1%    |
| ● | Ninguna de las Anteriores | 2  | 1%    |
| ● | Envía Express             | 1  | 0.5 % |

Resultados que se pueden analizar en la siguiente gráfica.



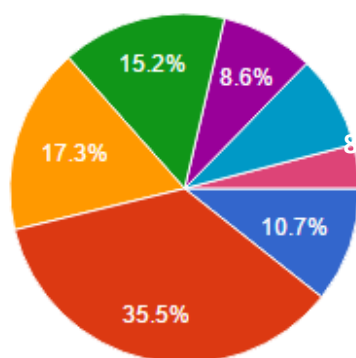
**Gráfico 5.** Identificación de los medios de comunicación interna por parte de los empleados de Envía Colvanes regional Antioquia.

Estos resultados permiten afirmar que los colaboradores de *Envía Colvanes S.A.S.* reconocen la cartelera y el AltaVoz como los medios de comunicación interna de la empresa por excelencia. El correo electrónico, el NotiEnvía y los tropezones no son significativos para ellos como canales para la comunicación interna por los colaboradores de la empresa.

### 3. ¿Cuáles temas considera que deben hacer presencia en los medios de comunicación?

|   |                            |    |        |
|---|----------------------------|----|--------|
| ● | Salud Ocupacional          | 70 | 35.5%  |
| ● | Aspectos laborales         | 34 | 17.3%  |
| ● | Noticias de los compañeros | 30 | 15.2%  |
| ● | Cultura                    | 21 | 10.7 % |
| ● | Notas especiales           | 17 | 8.6%   |
| ● | Agenda de eventos          | 17 | 8.6%   |
| ● | Informes de gestión        | 8  | 4.1%   |

El siguiente gráfico representa los temas que los colaboradores prefieren que la empresa trabaje desde los medios de comunicación institucional



**Gráfico 6.** Temas que a juicio de los colaboradores de Envía Colvanes S.A.S. deben hacer presencia en los diferentes medios de comunicación interna.

En su mayoría las personas encuestadas identifican los asuntos relacionados con la salud ocupacional como uno de los temas más importantes para hacer presencia en los diferentes medios de comunicación de la empresa. Los informes de gestión administrativos ocupan el menor de sus intereses.

#### 4. De 1 a 5. ¿Cuál es el medio de comunicación que mejor información le brinda?

##### Cartelera

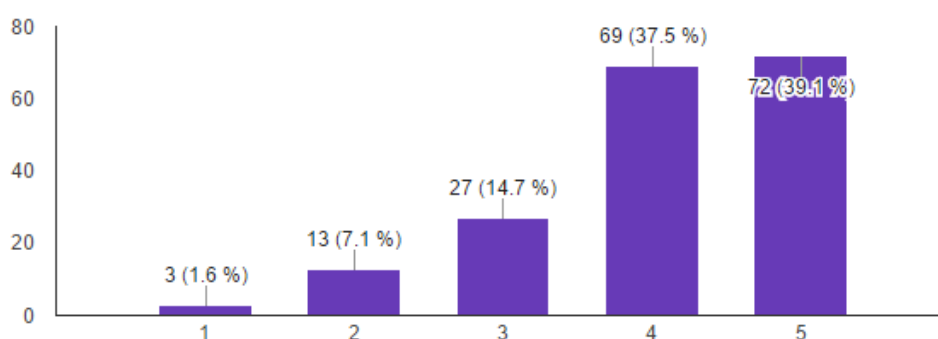


Gráfico 7. Cartelera. Valoración de medios de comunicación por calidad de información que le brinda.

##### AltaVoz

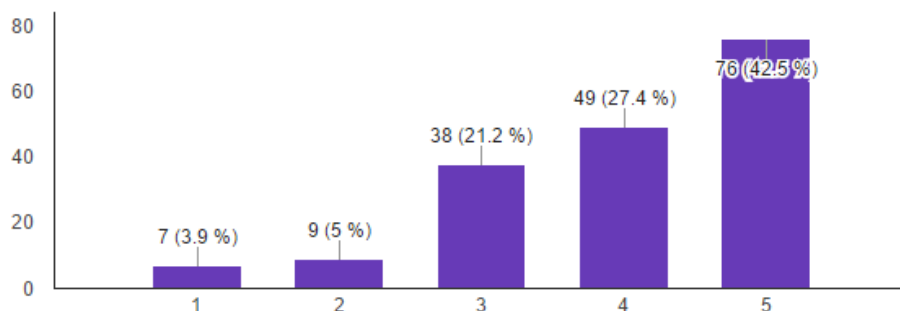


Gráfico 8. AltaVoz. Valoración de medios de comunicación por calidad de información que le brinda.

## Correo Electrónico

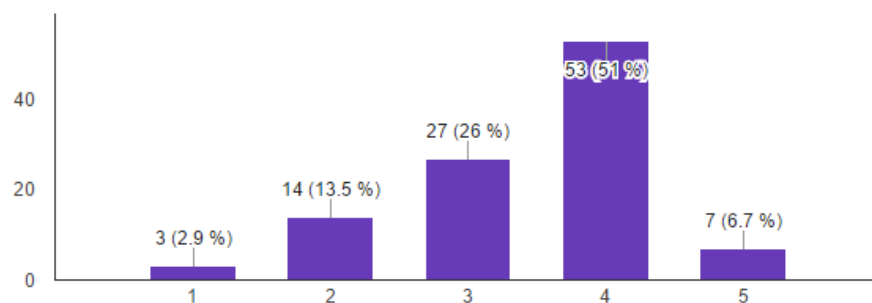


Gráfico 9. Correo electrónico. Valoración de medios de comunicación por calidad de información que le brinda.

## Tropezón

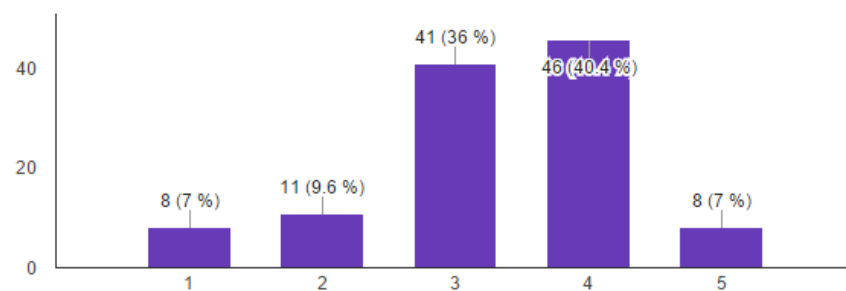


Gráfico 4. El Tropezón. Valoración de medios de comunicación por calidad de información que le brinda.

## Notienvía

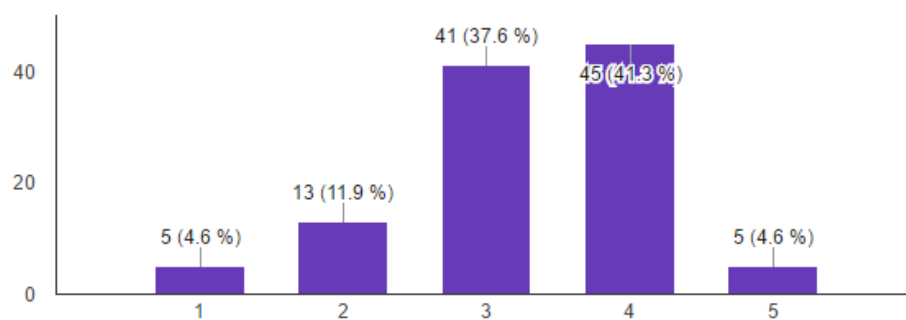


Gráfico 11. Notienvía. Valoración de medios de comunicación por calidad de información que le brinda.

## Buzón de Ideas

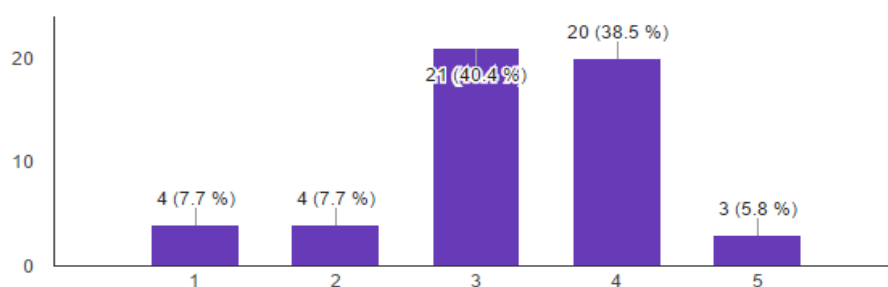


Gráfico 12. Buzón de ideas. Valoración de medios de comunicación por calidad de información que le brinda.

## Mensajero

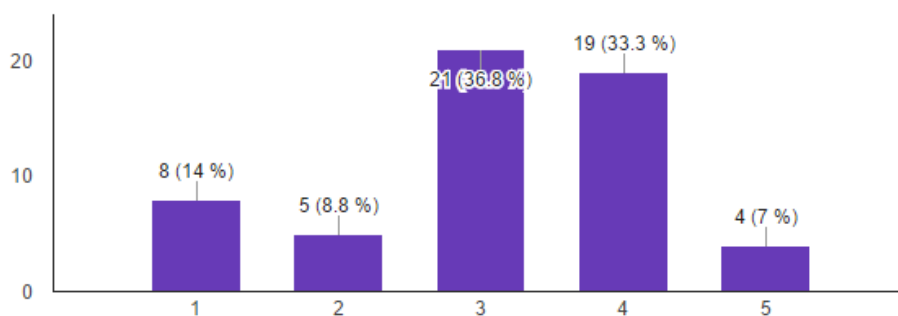


Gráfico 53. Mensajero. Valoración de medios de comunicación por calidad de información que le brinda.

Los resultados permiten concluir que además de ser los medios de comunicación interna con mayor reconocimiento, las carteleras y el AltaVoz se constituyen en los medios de comunicación mejor valorados por los colaboradores de *Envía Colvanes S.A.S.* en cuanto a la calidad de la información que ofrecen.

## 5. De 1 a 5. ¿Cuál es el medio de comunicación que más le gusta?

### Carteleras

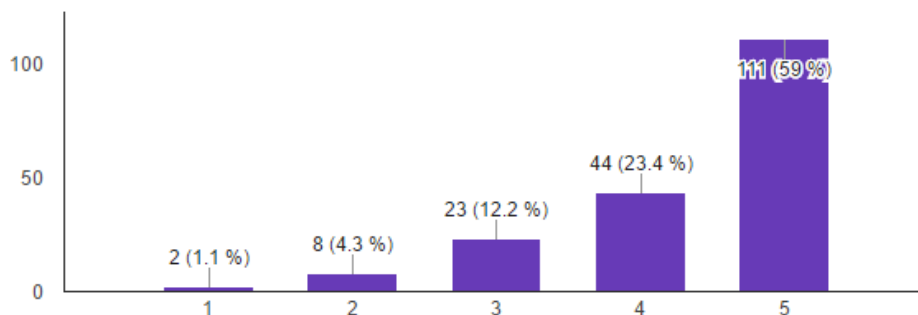


Gráfico 6. Carteleras. Valoración de medios de comunicación por la afinidad.

### AltaVoz

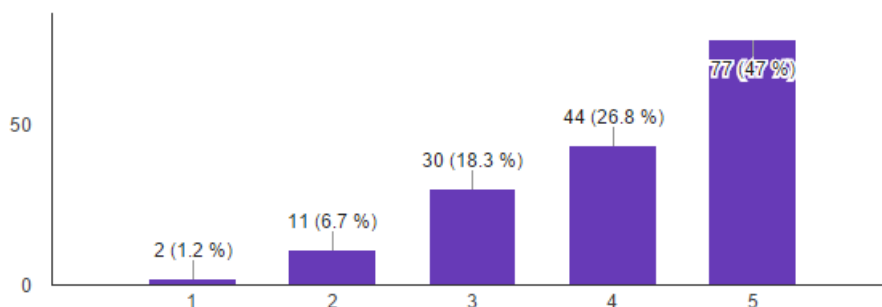


Gráfico 7. AltaVoz. Valoración de medios de comunicación por la afinidad.

### Correo electrónico

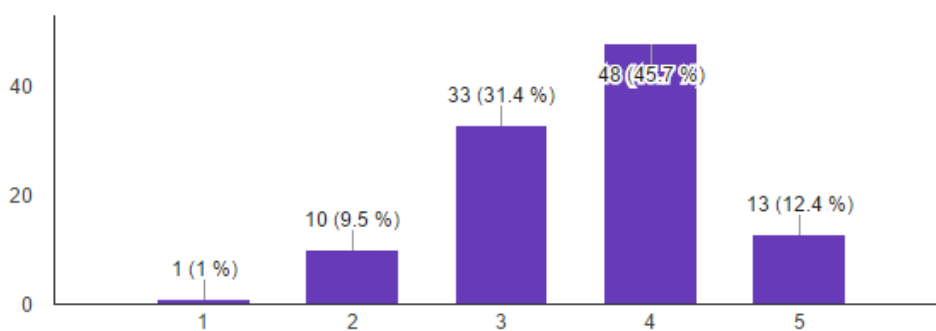


Gráfico 16. Correo electrónico. Valoración de medios de comunicación por la afinidad.

## Tropezón

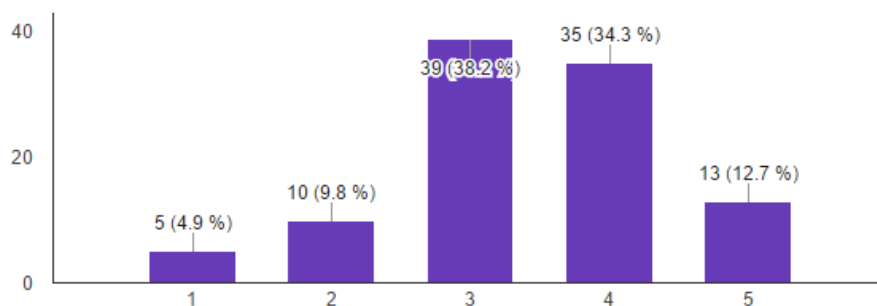


Gráfico 8. Tropezón. Valoración de medios de comunicación por la afinidad.

## Notienvía

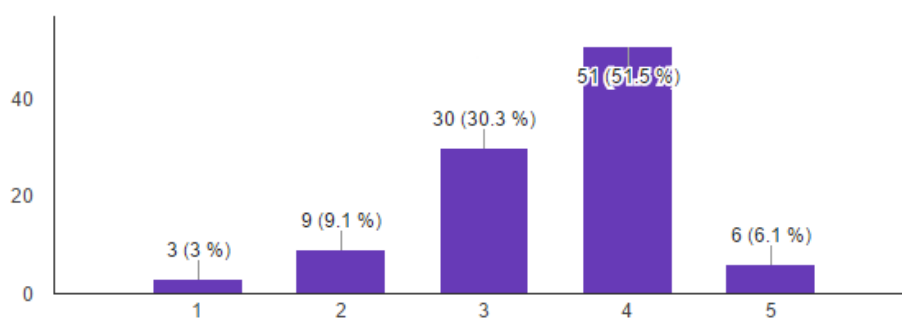


Gráfico 9. Notienvía. Valoración de medios de comunicación por la afinidad.

## Buzón de ideas

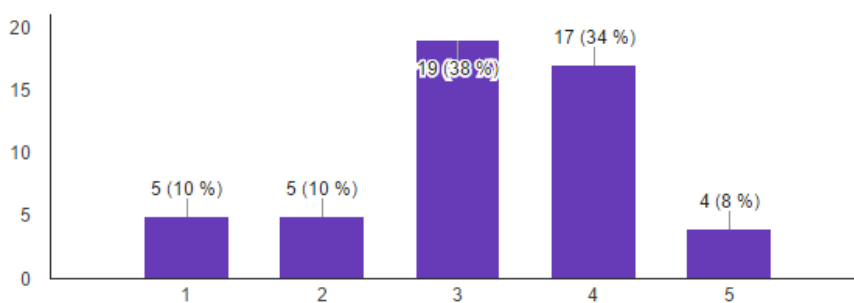


Gráfico 19. Buzón de ideas. Valoración de medios de comunicación por la afinidad.

## Mensajero

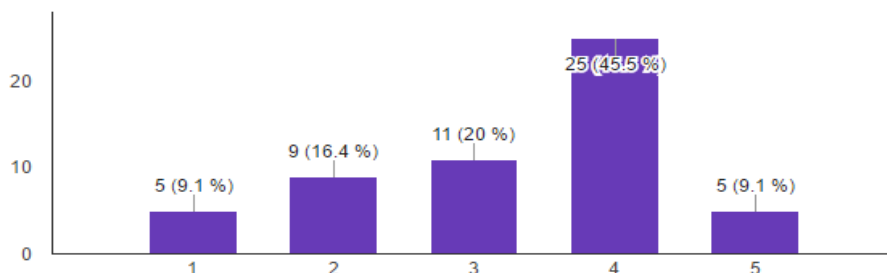


Gráfico 10. Mensajero. Valoración de medios de comunicación por la afinidad.

Según las personas encuestadas el medio de comunicación que más les gusta son las carteleras informativas ubicándolas en la posición número 5, con 111 personas a favor, seguido de esto está el AltaVoz con 77 personas y en la posición final está el buzón de ideas con un 38% ubicándose en la posición número 3.

Para ello, aprovechando la observación participante se establecieron una serie de características que permitieran gestionar una matriz FODA, por medio de la cual se pudieran tomar decisiones de mejoramiento para cada uno de los medios analizados.

Una de las primeras acciones fue clasificar las carteleras existentes en la empresa por tipo de información de acuerdo con las necesidades de los diferentes públicos reconocidos. Quedaron clasificadas de la siguiente manera.

### Las de la entrada

1. Cartelera Institucional.
2. Cartelera Buenos Hábitos.
3. Cartelera La InfoInterna.

### Las de operaciones

1. Cartelera Ofertas Laborales.
2. Cartelera Beneficios.

## Resultados Matriz FODA

Fruto de la Observación participante y del contacto con los diferentes miembros de *Envía Colvanes S.A.S.* se pudo desarrollar un ejercicio de análisis para cada uno de los medios de comunicación interna.

A continuación se presentan los resultados por medio.

Tabla 6. Matriz FODA Carteleras Institucionales.

| <b>CARTELERAS INSTITUCIONALES</b>   |  |
|---|--|
| <b>FORTALEZAS</b>   | <b>OPORTUNIDADES</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Las carteleras están a la vista de todos los empleados en cualquier momento.</li> <li>La división de la información se hace pensando en los intereses de los diferentes tipos de empleados.</li> <li>Se mantienen actualizadas.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Permite que los colaboradores estén informados de todo en cualquier momento.</li> <li>Cualquier persona puede ver la información que se publica en las carteleras.</li> </ul> |
| <b>DEBILIDADES</b>  | <b>AMENAZAS</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>El contenido no es claro para todo el público.</li> <li>El diseño de las carteleras es muy plano.</li> <li>La distribución de la información no es la adecuada.</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Mucho texto.</li> <li>Muy pocas imágenes.</li> <li>Todo el contenido es a blanco y negro.</li> <li>La tipografía no era la correcta.</li> </ul>                               |

Tabla 7. Matriz FODA Altavoz.

| <b>ALTAVOZ</b>   |   |
|--|---|
| <b>FORTALEZAS</b>  | <b>OPORTUNIDADES</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>Todas las personas escuchan el Altavoz.</li> <li>La realización del programa Cultura Envía ha despertado interés en los colaboradores.</li> <li>Los colaboradores pueden hacer</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>Gracias a este medio, los colaboradores pueden hacer una pausa activa escuchando música durante sus descansos.</li> <li>Los colaboradores se sentirán escuchados.</li> <li>Cualquier novedad en la empresa a través de este medio</li> </ul> |

|  |   |
|--|---|
| uso de este medio cuando deseen.   | se podrá dar la información de manera inmediata.  |
| <b>DEBILIDADES</b>   | <b>AMENAZAS</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• El sonido del muelle no está en óptimas condiciones.</li> <li>• No actualizaban la información emitida.</li> <li>• Solo hay un micrófono</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La música que ponen en las pausas activas son las mismas siempre.</li> <li>• No hay variedad de temas.</li> <li>• Algunas de las personas que hablan no utilizan una vocalización correcta y esto despierta en los empleados poco interés de escucha.</li> </ul> |

**Tabla 8.** Matriz FODA Tropezones

| <b>TROPEZONES</b>  |   |
|--|---|
| <b>FORTALEZAS</b>  | <b>OPORTUNIDADES</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se establece un espacio estratégico para ponerlos y que las personas cuando pasen lo vean.</li> <li>• La información es diferente para los 3 existentes.</li> <li>• Los colaboradores podrán identificar fácilmente el mensaje que se quiere transmitir.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Permitir que la información publicada esté distribuida adecuadamente.</li> <li>• Al poner la información creativa e innovadora las personas se acercan y leen.</li> <li>• Poner en los tropezones colores atractivos visualmente.</li> <li>• Se puede utilizar estilos de letra divertidos.</li> </ul> |
| <b>DEBILIDADES</b>   | <b>AMENAZAS</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• La información no la actualizan.</li> <li>• La información debe ser escrita en palabras cotidianas.</li> <li>• Hay veces corren los tropezones con la mercancía y esto hace que se tape el mensaje.</li> </ul>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• . Mucho texto y pocas imágenes.</li> <li>• Que el estilo de letra no sea el correcto.</li> <li>• Al no imprimir las imágenes a color sino a blanco y negro, hace que se vea la publicación poco atractiva.</li> </ul>  |

Tabla 9. Matriz FODA Correo Electrónico

| <b>CORREO ELECTRONICO</b>  |  |
|--|--|
| <b>FORTALEZAS</b>  | <b>OPORTUNIDADES</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las personas que tienen correo pueden emitir la información a los que no tengan de manera verbal.</li> <li>• La información recibida siempre estará en el buzón y la podrán ver las veces que deseen o que la necesiten.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• La información llega más rápido.</li> <li>• En cualquier sitio y a cualquier hora del día se puede acceder al correo.</li> </ul>  |
| <b>DEBILIDADES</b>   | <b>AMENAZAS</b>  |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• No todas las personas tienen correo electrónico.</li> <li>• No todas las personas miran el correo oportunamente.</li> <li>• No es masivo solo le llega a parte del personal Envía..</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Que la información que se envíe no sea recibida con la intensidad que fue enviada.</li> <li>• Que se vaya la energía y la información no llegue.</li> <li>• Que el computador presente fallas.</li> <li>• Que no lleguen los mensajes al buzón de entrada sino a otro buzón y que la persona no esté acostumbrada a revisar los otros buzones.</li> </ul> |

Tabla 10. Matriz FODA Notienvía.

| <b>NOTIENVÍA</b>   |  |
|--|--|
| <b>FORTALEZAS</b>  | <b>OPORTUNIDADES</b>   |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Está al alcance de todos los colaboradores.</li> <li>• Cualquier persona puede proponer notas y temas que quieran que se publique, teniendo en cuenta que son sean temas internos.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cualquier colaborador se puede convertir en un reportero Envía.</li> <li>• Los empleados pueden hacer notas innovadoras y enviarlas para el Notienvía.</li> </ul> |

| DEBILIDADES  | AMENAZAS   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tienen mucho texto y los colaboradores les da pereza leer tanto.</li> <li>• Las imágenes que aparecen no todas pertenecen a las regionales que corresponden.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las noticias al ser muy parecidas y no tener un elemento diferenciador, se puede volver paisaje y tener poca lectura por parte de los colaboradores.</li> <li>• Al no tener cada regional un espacio considerable para las notas, puede llegar a perder interés.</li> </ul> |

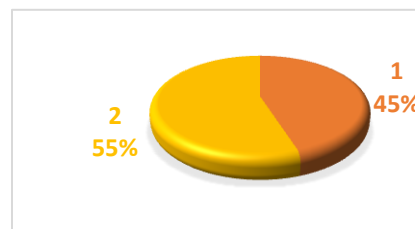
### Grupo Focal

Para conocer el impacto de las campañas de comunicación implementadas en favor de la socialización y sensibilización de los empleados de *Envía Colvanes S.A.S* en relación con los procesos de Seguridad y Salud en el Trabajo se realizó el día martes 31 de mayo de 2016, un grupo focal orientado a identificar las opiniones de los colaboradores de la empresa con relación a las acciones de fortalecimiento de la cultura de la seguridad en el sitio de trabajo. Fueron convocados 20 colaboradores de las diferentes áreas de la organización, así: administrativos, mensajeros, auxiliares de cargue y descargue, promotores y conductores.

A continuación se presentan las preguntas orientadoras de este ejercicio y los aportes de los colaboradores:

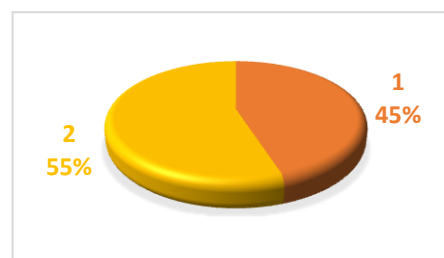
¿Conoce el Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo que hay actualmente en Envía Colvanes S.A.S.?

SÍ: 17 NO: 3



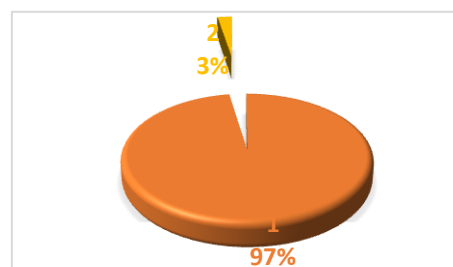
¿Cree usted que el Sistema de Seguridad y Salud en el Trabajo ha tenido en cuenta todos los aspectos fundamentales para el bienestar de los colaboradores?

SÍ: 9 NO: 11



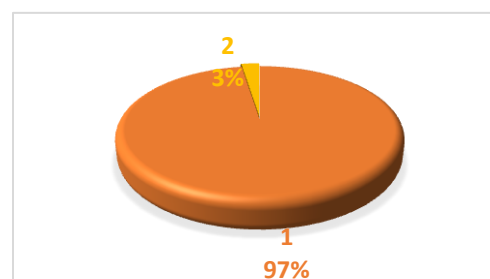
¿Las diferentes campañas de comunicación que se han hecho han logrado en ustedes un impacto positivo?

SÍ: 18 NO: 2



¿Creen ustedes que las campañas lograron una sensibilización en cuanto a los Elementos de Protección Personal en cada uno de ustedes?

SÍ: 14 2. NO: 6



## ¿Qué temas consideran que se deben tener en cuenta en el área de Salud Ocupacional?

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|--|
| Mejorar las sillas de los puntos de ventas, ya que todo esto hace parte del sistema ergonómico.  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Tener en cuenta que las personas que utilizan computador deben por obligación que tener descansa manos; para evitar sufrir del túnel carpiano. |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Tener la indumentaria personal en óptimas condiciones todo el tiempo.  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Todas las personas que trabajen sentadas deberán tener un descansa pies, para que la circulación sea la adecuada.                              |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| El personal que trabaja en el muelle de operaciones, deberá tener conocimiento obligatorio de las máquinas que se manipulan todo el tiempo.    |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

### 6. ¿Qué es para ustedes la seguridad y la salud en el trabajo?

Algunas de las respuestas ofrecidas por los participantes fueron:

- Darles a los empleados un bienestar laboral.
- Mantener los espacios en perfecto estado.
- Conocer las necesidades de los colaboradores
- Trabajo en equipo.
- Conjunto de normas que ayudan a los colaboradores a mantenerse bien.
- Evitar accidentes laborales.
- Evitar accidentes laborales.
- Planificación de medidas correctivas.
- Ausencia de afecciones y enfermedades.
- Prevención.
- Medidas de control y prevención.
- Sensibilización hacía los empleados.
- Reducción de costos.
- Medidas de control y prevención.
- Evitar accidentes laborales.
- Prevención.
- Informar al colaborador sobre las medidas laborales que se deben tener en cuenta.
- Darles a los empleados un bienestar laboral.

- Trabajar sin riesgos.
- Planeación de estrategias de prevención.
- Mantener al día toda la dotación.
- Limpieza, orden y mantenimiento de todas las máquinas.

## Conclusiones

- Por el tipo de trabajo que se desarrolla en Envía Colvanes S.A.S. las estrategias de comunicación a implementar en la empresa deben considerar la participación activa de los empleados. Se evidenció durante el ejercicio que les gusta participar, les gusta oírse y oír a sus compañeros.
- Se evidenció que la aplicación de campañas de comunicación específicas para el posicionamiento y sensibilización frente a temas empresariales logra un mayor impacto al estar articulada al área de interés temático. La participación de los miembros del equipo de Salud ocupacional en todas las estrategias permitió claridad y objetividad en el manejo de los temas.
- El nivel de apropiación de los protocolos de manejo de los implementos de protección fue positivo, en gran parte, porque reconoció públicamente a los colaboradores que se destacaban por convertir en un hábito saludable el uso adecuado de estos Elementos de Protección Personal.
- El logro de los indicadores frente al uso de los protocolos de salud ocupacional y de uso adecuado de los implementos de seguridad a través de las campañas de comunicación, favoreció en los colaboradores su relación con la empresa y por ende el clima laboral.
- El ejercicio realizado con el área de Salud Ocupacional de *Envía Colvanes S.A.S* permitió dinamizar sus medios internos de comunicación, evidenciando la aceptación que tienen las carteleras y los tropezones.

### **Recomendaciones**

- Las estrategias de comunicación a implementar deben contar con la dirección de un profesional en la materia de manera que se pueda garantizar su sostenibilidad y mejoramiento en el tiempo. Esta circunstancia podría subsanarse estableciendo una política empresarial sobre la vinculación de un profesional.
- Favorecer una comunicación más directa y permanente del encargado de comunicaciones de la regional Antioquia con la dirección de comunicaciones a nivel central. Esta articulación permitiría, de un lado, cumplir de mejor manera las políticas de comunicación de Envía Colvanes S.A.S; y por el otro, que a nivel nacional se conozcan con mayor precisión las necesidades y preferencias en materia de comunicación de los colaboradores de la regional.
- Hacer evaluación periódica a los medios de comunicación interna con que cuenta la empresa para realizar de manera oportuna ejercicios de actualización y mejoramiento.

## Referencias

Álvarez Nobell, A. (2011) Medición y Evaluación en Comunicación. Colección Estudios en Relaciones Públicas y Comunicación. Nro 2. Instituto de Investigación en Relaciones Públicas (IIRP). España.

Envía Colvanes S.A.S. (2009) Plan General de Comunicaciones. (Documento interno no publicado) Dirección General de Comunicaciones. Bogotá, Colombia.

Envía Colvanes S.A.S. (2010) Plan de Seguridad y Salud en el Trabajo. (Documento interno no publicado) Departamento de Salud Ocupacional. Bogotá, Colombia.

Fisher, R., Ury, W. & Patton, B. (1985) Sí de acuerdo! Cómo Negociar Sin Ceder. Editorial Norma. Bogotá.

King Núñez, Karla I. (2012) Comunicación organizacional: tipos, flujos, barreras y auditoría. Recuperado de: <http://www.gestiopolis.com/comunicacion-organizacional-tipos-flujos-barreras-y-auditoria/>

Mejía, Claudia & Grisales, John Anderson (2012) El saber pedagógico y la formación de maestros. Memorias del 4to Congreso Pedagógico. Universidad Católica de Manizales. Recuperado de: [http://www.ucm.edu.co/wp-content/uploads/docs/COMPILACION\\_CONGRESO.pdf](http://www.ucm.edu.co/wp-content/uploads/docs/COMPILACION_CONGRESO.pdf)

Meliá, J.L. & Sesé, A. (1999). La medida del clima de seguridad y salud laboral. Anales de Psicología. Vol. 15, N° 2, 269-289

Oficina Internacional del Trabajo (2003) Estrategia global en materia de seguridad y salud en el trabajo. Conclusiones adoptadas por la Conferencia Internacional del Trabajo en su 91.ª reunión.

Organización Iberoamericana de Seguridad Social (2011) Estrategia Iberoamericana de Seguridad y Salud en el Trabajo 2010 - 2013. Informe del Secretario General de la OISS sobre situación de los trabajos a diciembre de 2011 Madrid.

Véliz Montero, Fernando. (2006) Cambio de Mirada en las organizaciones. Comunicación en 360 grados. Revista Chasqui. Núm. 93 Recuperado de: <http://www.revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/225>

Xifra, Jordi (2009) Comunicación Proactiva: La gestión de conflictos potenciales en las organizaciones. Gedisa. España.

Apéndices



**RECUERDA QUE ESTE SITIO ES ÚNICAMENTE PARA TOMAR AGUA, NO PARA LAVAR TUS OBJETOS PERSONALES.**




**GRUPO ÉXITO Y PROVEEDORES POP E IMPRESOS:**

**NUESTRA FAMILIA envía LES DA LA BIENVENIDA.**



**LLEGÓ EL CLUB AMIGUITOS**

Inscribe a tu hijo desde mañana 1 hasta el viernes 4 de diciembre de 2015 para que pase un sorprendente día al lado de Papá Noel y Mamá Noel.

No te quedes sin registrarlo, esto debes hacerlo en la recepción con Natalia.

**¡TE ESPERAMOS!**

LUGAR: Tercer piso.  
FECHA: Sábado 05 de diciembre de 2015.  
HORA: 8 A.M. – 12:00 P.M.



Espero que hoy sonrías muchas veces y disfrutes...



... FELIZ DÍA DEL HOMBRE!!!




TE QUEREMOS INVITAR ESTE PRÓXIMO JUEVES 24 DE DICIEMBRE DE 2015 AL DESAYUNO NAVIDEÑO, PARA QUE COMPARTAMOS EN FAMILIA EL ESPÍRITU DE LA NAVIDAD.

HORA: 6:00 A.M.  
LUGAR: Muelle de Operaciones.  
FECHA: 24 de diciembre de 2015.



Ilustración 3. Ejemplos de avisos para la promoción de fechas especiales y de jornadas de Salud Ocupacional.



**BIENVENIDA NAVIDAD**

Para el miércoles 16 de diciembre la familia envía y aliados, quiere recibir la navidad con todos ustedes, los esperamos.

FECHA: 16 de diciembre de 2015.  
LUGAR: Muelle de Operaciones.  
HORA: 6:30 A.m.




¿YA TE INSCRIBISTE EN EL SISTEMA BIOMÉTRICO?



Recuerda que desde mañana 1 de diciembre de 2015 empezará a registrar este sistema, si aún no se ha inscrito lo debes hacer con Estefanía o Marcela de Gestión Humana.



**RECUERDA QUE ESTE SITIO ES ÚNICAMENTE PARA TOMAR AGUA, NO PARA LAVAR TUS OBJETOS PERSONALES.**




Colvanes S.A.S  
Envía

Concede a

**WILLIAM HERNÁNDEZ ROJAS**

**Mención de Honor**

Por su compromiso demostrado frente al Sistema de Gestión en Seguridad y Salud en el Trabajo.

Alba Luz Gómez  
Gerente



**ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL EPP**

**RECUERDA**

- Todos los Elementos de Protección requieren un mantenimiento adecuado.
- Los Elementos de Protección deben ser usados correctamente.
- Antes de hacer uso de los Elementos de Protección se debe asegurar que todo está en buen estado.

**GUANTES DE VAQUETA**  
Los guantes son uno de los órganos más sensibles del cuerpo, por lo que se debe tener la suficiente precaución al utilizar la protección adecuada cuando se expone a peligro, con el fin de disminuir y evitar un accidente laboral.

Los guantes, con una herramienta independiente en la protección de manos, deben ser bien identificados al tipo de actividad laboral que se trabajará diariamente y sus características en forma o la calidad.

**BOTAS DE SEGURIDAD**  
Éstas son diseñadas a ofrecer protección contra los riesgos laborales. La caída de objetos pesados pueden dañar los pies y especialmente los dedos, en cada lugar de trabajo.




**JORNADA DE LA SALUD**

Disfruta de una semana llena de bienestar...

| LUNES       | MARTES            | MIÉRCOLES           | JUEVES                                 | VIERNES             |
|-------------|-------------------|---------------------|--|---------------------|
|             | Spa Facial        | Spa Facial          | Vida Natural (Detector Cáncer de Piel) | bodytech            |
|             | Denti Salud       | Nutrición           | Nutrición                              | Nutrición           |
| Spa Facial  | Cruz Roja         | Tratamiento Capilar | Tratamiento Capilar                    | Tratamiento Capilar |
| Denti Salud | Óptica Colombiana | Óptica Colombiana   | Óptica Colombiana                      | Óptica Colombiana   |
|             |                   | OrtoPlan            | Orto Plan                              | OrtoPlan            |
|             |                   | Fisioterapia        |  |                     |
|             |                   | EMI                 |  |                     |

Ilustración 4. Ejemplos de avisos para la promoción de fechas especiales y de jornadas de Salud Ocupacional.



Ilustración 5. Integración Club Amiguitos. Actividades de salud y cultura con los hijos de los colaboradores.

**envia**  
*mí pasión por el servicio*

## Convocatoria Interna

La empresa para continuar prestando un mejor servicio, requiere **ASESOR SAC DEDICADO** que sea bachiller con 2 años de experiencia en servicio al cliente y/o labores administrativas.

Interesados enviar Hoja de Vida al correo [seleccionmede@enviacolvanes.com.co](mailto:seleccionmede@enviacolvanes.com.co), poniendo como asunto aspirante para **ASESOR SAC DEDICADO**.

**envia**  
*mí pasión por el servicio*

## Convocatoria Interna

Envía Colvanes S.A.S solicita **GERENTE COMERCIAL**, profesional en administración de empresas, mercadeo, ingeniería industrial o carreras afines, con 4 años de experiencia en área comerciales y ventas; que tengan manejo de grupos comerciales.

Interesados enviar hoja de vida al correo [seleccionmede@enviacolvanes.com.co](mailto:seleccionmede@enviacolvanes.com.co), deben poner como asunto aspirante para **GERENTE COMERCIAL**.

**envia**  
*mí pasión por el servicio*

## Convocatoria Interna

Se necesita **Coordinador Zonal Puntos de Venta**, tecnólogo o profesional con experiencia de tres años en áreas comerciales, ventas y manejo de personal, preferiblemente que haya trabajado en empresas de servicios.

Interesados enviar hoja de vida al correo [seleccionmede@enviacolvanes.com.co](mailto:seleccionmede@enviacolvanes.com.co), deben poner como asunto Postulado Coordinador Zonal Punto de Venta.

**envia**  
*mí pasión por el servicio*

## Convocatoria Interna

Se necesita **COORDINADOR OPERATIVO CES** técnico o tecnólogo, con 2 ó 3 años de experiencia en logística y distribución.

Interesados enviar Hoja de Vida al correo [seleccionmede@enviacolvanes.com.co](mailto:seleccionmede@enviacolvanes.com.co), poniendo como asunto aspirante al cargo **COORDINADOR OPERATIVO CES**.

Ilustración 6. Avisos en carteleras sobre Convocatorias internas



Ilustración 7. Fiesta de Navidad. Entrega de regalos a los hijos de los colaboradores.



Ilustración 8. Realización de las Jornadas de salud.



Ilustración 9. Pausas activas y promoción de Salud Ocupacional.



Ilustración 10. Actividades de promoción de salud.



Ilustración 11. Campaña Seguridad y Salud en el Trabajo.

**BOTAS DE SEGURIDAD**

Por calzado de uso profesional se entiende cualquier tipo de calzado destinado a ofrecer una cierta protección del pie y la pierna contra los riesgos derivados de la realización de una actividad laboral. Como los dedos de los pies son las partes más expuestas a las lesiones por impacto, una puntera metálica es un elemento esencial en todo calzado de seguridad cuando haya tal peligro.



**PRINCIPALES ACCIDENTES EN LOS PIES:**

- Golpes, fracturas y aplastamiento por caída de cajas de producto, baterías, toneles de lubricante etc.
- Aprisionamiento causado por montacargas o trolleys.
- Torcedura de tobillos.
- Destizamiento provocado por lubricante u otro fluido.



**RECOMENDACIONES**

Hacer mantenimiento preventivo al EPP suministrado de acuerdo a las disposiciones del fabricante.  
No alterar la forma o añadir elementos adicionales que alteren al EPP.  
No utilizar guantes cuando se trabaja en equipos modeladores rotativos.  
El trabajador debe estar atento a cualquier irritación, molestia que produzcan los guantes.






**SEGURIDAD Y SALUD EN EL TRABAJO (SST)**

ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL MANOS Y PIES  
ENVIA COLVANES

REGIONAL MEDELLÍN  
SABANETA  
2016

**ELEMENTOS DE PROTECCIÓN PERSONAL GUANTES Y BOTAS ENVÍA COLVANES S.A.S**






Las manos se usan prácticamente en todos los trabajos y por consiguiente son muy vulnerables a sufrir daños, Los pies constantemente están expuestos a lesiones; es conveniente protegernos adecuadamente contra los peligros que revisten los materiales y tipo de trabajos que se realizan con ellos.

**Ilustración 12. Ejemplar de plegable informativo sobre los Elementos de Protección Personal.**