

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA PRACTICANTES DE
COMUNICACIONES EN URABÁ

JANETH CAROLINA GÓMEZ SUCERQUIA

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
CALDAS – ANTIOQUIA
2011

MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA PRACTICANTES DE
COMUNICACIONES EN URABÁ

JANETH CAROLINA GÓMEZ SUCERQUIA

Proyecto de grado para optar al título de Comunicadora-Periodista

Asesor
Diego Sánchez Sánchez
Subdirector Hora 13 Noticias

CORPORACIÓN UNIVERSITARIA LASALLISTA
FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y EDUCACIÓN
COMUNICACIÓN Y PERIODISMO
CALDAS – ANTIOQUIA
2011

Nota de aceptación

Presidente del jurado

Jurado

Jurado

A mi familia, que siempre estuvo interesada
en mi formación personal y profesional.

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a mi madre por estar siempre pendiente de mi formación académica y personal, tratando así de educar una persona íntegra.

A mi asesor de práctica quien me prestó su experiencia para hacer de mi trabajo un elemento de orgullo.

A la corporación Banacol y a la directora de comunicaciones, que me abrieron las puertas de su empresa para culminar mi formación.

A todos los profesores que dejan huella en la formación recibida durante estos 5 años.

TABLA DE CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	14
1.CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA	15
1.1 Objetivo General	15
1.2 Objetivos específicos	15
1.3 Marco teórico	15
1.3.1 Manual:.....	16
1.3.2 Procedimiento:.....	17
1.3.3 Manual de procedimientos.....	17
1.3.4 Comunicación	17
1.3.5 Procedimiento de comunicación	17
1.3.6. Comunicador organizacional	18
1.3.7 Prácticas profesionales.....	18
1.4 Método	19
2. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA PRACTICANTES DE COMUNICAIONES EN URABÁ.....	21
2.1 Introducción	21
2.2 Organigrama	21
2.3 Misión	22
2.4 Visión	23
2.5 Logos	23
2.6 Inducción al área.....	27
2.7 Procedimientos del área	30

2.7.1 Comunicación directa con empleados operativos.....	30
• Recopilación de información	30
• Tabular	30
• Organizar información.....	31
• Envío a gerentes	31
• Cambios.....	32
• Envío a administradores	32
• Retroalimentación	33
• Informe.....	33
2.7.2 Cumpleaños.....	35
• Maestra de cumpleaños.....	36
• Envío de cumpleaños.....	38
2.7.3 Grupo primario	39
2.7.4 NotiBanacol.....	39
2.7.5 NotiBanafé	40
2.7.6 Despertar platanero	41
2.7.7 Eventos.....	41
2.7.8 Publicaciones especiales.....	42
2.7.9 Mantenimiento de carteleras.....	43
2.7.10 Campañas internas.....	45
2.7.11 Corbanacol.....	45
3. CONCLUSIONES	47
4. RECOMENDACIONES.....	48
5. BIBLIOGRAFÍA.....	49

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
ANEXO A: Modelo de entrevista.....	51
ANEXO B: Fincas por grupos Banacol	52
ANEXO C: Autorización para retiro de elementos por portería	53
ANEXO D: Generadores de información	54
ANEXO E: Formato CDT	55
ANEXO F: Formato de cumpleaños para fincas	56

LISTA DE IMÁGENES

	Pág.
Imagen 1: Logo Banacol	24
Imagen 2: Logo banano	24
Imagen 3: Logo Plátano	24
Imagen 4: Logo Piña	25
Imagen 5: Logo Tropicales	25
Imagen 6: Logo Congelados	25
Imagen 7: Logo Banafé	26
Imagen 8: Logo Fábrica de Plásticos	26
Imagen 9: Logo Corbanacol	27
Imagen 10: Logo Agrocento	27
Imagen 11: Informe generadores de información	33
Imagen 12: Informe transmisores de información	35
Imagen 13: Plantilla de cumpleaños corporativo	37
Imagen 14: Formato de carteleras	44

RESUMEN

El área de comunicaciones de Banacol es estratégica en la región de Urabá, por ser la empresa con el mayor número de fincas y de empleados en dicha región, con 9.584 personas vinculadas directamente, entre las que se encuentran la Fábrica de Plásticos y dos embarcaderos propios, detalle que la hace una gran empresa generadora de empleo.

La autosuficiencia de esta empresa y la cantidad de labores que realiza en Urabá obligaron a crear un área de comunicaciones, desde hace seis años, con la inclusión de un practicante de comunicaciones en la región que facilitara el proceso de integración. Posteriormente, se decidió darle estatus de Dirección con la contratación de un profesional a cargo y el apoyo de un practicante en cada sede de la Corporación.

Comunicaciones está dedicada a facilitar los procesos de comunicación entre las diferentes áreas de la Corporación Banacol y sus públicos.

Es por esto que con el desempeño laboral que debo hacer en la práctica profesional, tengo la oportunidad de poner a prueba todos los conocimientos organizacionales obtenidos durante el periodo académico, además de evaluar la aplicabilidad de los conceptos aprendidos.

Con el paso del tiempo se convierte en un ideal la creación de estrategias que permitan mejorar las labores cotidianas y hasta contribuir con los objetivos corporativos.

Ahora bien, como el tiempo es el recurso más valioso, es de gran impacto la optimización del mismo, ya que la coordinación laboral, además de evitar la interrupción de las labores de los demás integrantes de la empresa, optimiza, coordina y genera un ambiente de trabajo agradable en el que cada persona cumple con sus responsabilidades asignadas.

De allí que crear un manual de procedimientos para los practicantes de comunicaciones en la sede Urabá sea algo primordial. El manual tendrá como resultado la eficiencia laboral de los practicantes, ya que disminuye la cantidad de tiempo perdido por las personas en la búsqueda de respuestas de las diferentes áreas.

Imponer la claridad en los procesos internos de la organización facilita el control y evaluación de las labores realizadas por una persona que no tiene auditoria constante en el puesto de trabajo.

El manual tiene como intención ser la primera herramienta de consulta en el momento que la realización de labores no sea inproductiva debido a las

dudas, así se optimiza el tiempo, tanto de la persona que debe realizar la tarea como de la persona que en este caso se vería obligada a responder las inquietudes.

Palabras clave:

- Procesos
- Tiempo
- Eficiencia
- Responsabilidad
- Estrategia

ABSTRACT

The Banacol's communications area is strategic in Uraba, as the company with the largest number of farms and employees in the region with 9.584 people directly linked, among which are "La Fábrica de Plásticos" and two jerryboats on their own, detail that makes it a company generating employment.

The sufficiency of this company and the amount of work carried out in Urabá, led them to the need of a communication area for the last six years, through a communications trainee in the region to facilitate the integration process, and proceeded to give the status of direction, with a professional in charge and the support of a trainee at each site of the Corporation.

After that communications is an area dedicated to facilitating communication processes between the different areas of the Corporation Banacol and their different publics.

That is why with the performance that I have to do in the professional practice, I have the opportunity to test all organizational knowledge gained during the academic periodas well as the evaluation or the applicability of the concepts learned.

Over the time becomes an ideal building strategies to improve the daily work and to contribute to corporate objectives.

Now, time being the most precious resource is from valuable impact to optimize it, because coordination, besides avoid the interruption of the work of other members of the company, optimizes, coordinates and creates an environment of nice job, in which each person meets their assigned responsibilities.

That is why creating a procedures manual for practitioners of communications in Urabá is paramount, this manual will result in practitioners' work efficiency because it reduces the amount of time lost by people in search of answers from different areas.

To impose clarity on the organization's internal processes, facilitates monitoring and evaluation of the work done by a person who has no steady audit in the workplace.

This new work tool, is intended to be the first reference tool at the time that the realization of work becomes unproductive because of questions, and time is optimized, both for the person to perform the task as the person that in this case would be required to answer the questions.

Keywords:

- Processes
- Time
- Efficiency
- Responsibility
- Strategy

INTRODUCCIÓN

Los procedimientos que se realizan en el área de comunicaciones están diseñados para garantizar el fluido constante y asertivo de la información que se genera por cada uno de los públicos de la Corporación Banacol, por lo cual se considera de carácter valioso plasmarlos en un manual que sirva como implemento de consulta constante por los practicantes del área en la región de Urabá.

Basados en lo anterior se está elaborando un manual de procedimientos que tiene como fin definir y agrupar las principales tareas y actividades que se realizan por el practicante de la sede Urabá; a cada actividad se le describen las personas implicadas, herramientas que se utilizan en el proceso y las fases o pasos por las que debe pasar cada actividad para su procedimiento de un resultado exitoso.

La utilidad de este manual es principalmente permitir que cada una de las personas que se desempeñan en el cargo de practicante de comunicaciones Urabá tengan conocimiento anticipado de las labores que son de su responsabilidad y optimicen el tiempo que dedican a la elaboración de éstas.

Se espera que la dirección de comunicaciones apruebe la totalidad de los contenidos de este manual y lo integre a la documentación del área para la utilización del personal, además, que se encarguen de eventuales actualizaciones del material y revisión del cumplimiento de las labores allí designadas al cargo.

1. CONSTRUCCIÓN METODOLÓGICA

1.1 Objetivo General

La elaboración de este manual de procedimientos tiene como objetivo principal definir de manera precisa los procesos y la forma en la que se deben desarrollar las tareas designadas al área de comunicaciones en Banacol central Apartadó, ya que muchas de éstas deben ser realizadas conjuntamente con otras áreas y la falta de conocimiento de alguno de los pasos que se debe realizar entorpecería las labores de todas los implicados en el proceso.

1.2 Objetivos específicos

Bajo el cumplimiento del objetivo principal se estaría creando un documento de consulta que llegaría a establecer un modelo de trabajo estándar para los encargados del área, además de soliviar un poco la responsabilidad de la directora de comunicaciones, al tener la tranquilidad de que las personas que están a su cargo tienen pleno conocimiento de las labores que deben cumplir.

De esta manera, el manual de procedimientos va dirigido a los practicantes de comunicación, como un elemento de apoyo para optimizar el tiempo y recursos dedicados a la realización de las tareas del área teniendo siempre en mente que se debe trabajar en pro de la consecución de las metas propuestas por los demás departamentos de la Corporación Banacol.

1.3 Marco teórico

Desde hace algunos años, todos nos hemos visto expuestos a todo tipo de cambios y, en ocasiones, mucho de nosotros no sabemos cómo enfrentarnos a ellos.

El más evidente y constante es el cambio tecnológico, con éste podemos vernos enfrentados a nuevas tecnologías, modelos y procesos tan constantes que pueden llegar a ser diarios.

Por esto no es desconocido para nadie, incluso, los elementos que usa un ama de casa para hacer de comer están siempre acompañados de un manual de uso,

manuales que podemos llegar a considerar hasta triviales, a tal punto que al hojearlos se desechan.

Es realmente difícil identificar históricamente desde cuándo contamos con estas herramientas de apoyo, pero lo que no se puede negar es el beneficio que nos prestan, aunque a veces no lo identifiquemos directamente.

Ahora bien, adentrándonos en los manuales de procedimientos, el tema primario de este trabajo, ha sido igual de dificultoso la identificación del nacimiento de éstos en las organizaciones y más concretamente hablando de procedimientos de comunicación.

Esta es una herramienta que las organizaciones vienen desarrollando recientemente con el fin de optimizar el tiempo, estandarizar procesos y facilitar la realización de auditorías.

Es por esto que históricamente C.I. Banacol S.A. cuenta con una gran cantidad de manuales, diseñados para guiar a los empleados por el correcto funcionamiento de los ideales corporativos.

Para esta ocasión se desarrolla un manual de procedimientos para practicantes de comunicaciones en Urabá, único en la compañía.

Para el desarrollo y entendimiento de este producto es fundamental tener claridad de los conceptos más importantes en todo el documento; más adelante se presentará el modelo del manual de procedimientos, para lo que se tendrá como base las siguientes definiciones:

1.3.1 Manual:

Herramienta o instrumento de una organización que recoge las instrucciones o guías de un tema, su función es orientar al que lo consulta.¹

¹ YEPES, Diego. Manual de procedimientos para el sistema de gestión de calidad de la empresa de aguas del oriente antioqueño [CD-ROM]. Medellín: Universidad de Medellín, 2010.

1.3.2 Procedimiento:

Es la manera detallada de llevar a cabo una actividad o tarea.²

1.3.3 Manual de procedimientos

El manual de procedimientos es un componente del sistema de control interno, el cual se crea para obtener una información detallada, ordenada, sistemática e integral que contiene todas las instrucciones, responsabilidades e información sobre funciones, sistemas y procedimientos de las distintas operaciones o actividades que se realizan en una organización.³

1.3.4 Comunicación

La comunicación es el eslabón que integra y da sentido a las partes del sistema; de manera que la unidad, armonía y secuencia de las actividades organizadas en un sistema se logran gracias a la comunicación.⁴

1.3.5 Procedimiento de comunicación

² YEPES, Diego. Manual de procedimientos para el sistema de gestión de calidad de la empresa de aguas del oriente antioqueño [CD-ROM]. Medellín: Universidad de Medellín, 2010.

³ GÓMEZ, Giovanni. Manuales de procedimientos y su aplicación dentro del control interno [en línea]. Bogotá: diciembre, 2001. <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/26/manproc.htm> [citado el 10 de junio de 2011]

⁴ ARRAS, Ana. Comunicación y cambio organizacional [en línea]. Tenerife: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social, 2008. Vol. 63., http://www.revistalatinacs.org/08/35_792_51_Chihuahua/Ana_Maria_Arras.html, [citado el 25 de junio de 2011]

Los procedimientos de comunicación son los pasos exactos que se deben realizar para cumplir con las labores periódicas que están sujetas al cargo de practicante de comunicaciones.

1.3.6. Comunicador organizacional

“(…) el comunicador organizacional, o bien los responsables de llevar a cabo tales funciones en un organismo, sostienen tras de sí la tarea elemental de alcanzar equilibrios internos para a partir de ello exteriorizar una imagen sana, competitiva, capaz de mantener interesados a clientes, proveedores; generadora de buenas relaciones con su entorno.

Tal condición del comunicador organizacional lo enrola hacia una posición de enorme compromiso, ya que su desempeño influye en las evaluaciones del total de la organización. Por tal, el comunicador requiere de una objetividad total para identificar las fallas y necesidades reales; (…)”⁵

1.3.7 Prácticas profesionales

“Las prácticas profesionales constituyen un ejercicio guiado y supervisado donde se ponen en juego los conocimientos adquiridos durante el proceso formativo del estudiante. Permiten concretizar teorías aplicándolas a situaciones problemáticas reales.

Este ejercicio profesional posibilita a los estudiantes reconocer los límites de la teoría y acceder a los requerimientos de la realidad.

Las prácticas profesionales no tienen un solo sentido; establecen un diálogo continuo entre la formación recibida en la Universidad y la realidad. Se espera que la realidad en la que se insertan los estudiantes sea un espacio que nutra los procesos de aprendizaje y contribuya a una comprensión más compleja y global de las problemáticas y situaciones en las que esté involucrado (…)”⁶

⁵RUIZ. Carlos, El papel del comunicador organizacional [en línea]. Mexico, http://www.mercadeo.com/67_comunicador_CAR.htm [citado el 29 de mayo de 2011]

⁶ UPN. Dirección de unidades Universidad Pedagógica nacional. Prácticas profesionales y servicio social [en línea]. México: 2002,

1.4 Método

Este producto es el resultado de una observación participante que se realiza durante aproximadamente 5 meses de práctica profesional, además de entrevistas estructuradas realizadas a las figuras representativas de las áreas de más contacto con comunicaciones.

Con el paso de los días se evidenciaba la falta de información en algunos aspectos relevantes de la empresa, por lo que se dispuso una investigación presencial en la que se pudiera determinar cuáles eran los factores más afectados por la falta de información de la persona que desempeña el puesto de practicante de comunicaciones en la región de Urabá.

Como consecuencia de la falta de información, se vio la constante interrupción a las labores de las personas que de alguna manera eran las responsables de esclarecer las dudas, por lo que paso a paso se fue tomando nota de los procedimientos y los directos implicados en éstos, para no incurrir en repetición de inquietudes, que podían exaltar a los compañeros de trabajo.

Posteriormente a la observación, se hizo un análisis de los instrumentos con los que cuenta la compañía para la inducción al nuevo personal administrativo, el cual dio como resultado que desde el área de Formación se cuenta con una gran cantidad de herramientas dinámicas para dar la bienvenida a esta gran empresa, pero ninguna de éstas hace énfasis en un área específica. Al consultar sobre lo que pasa con la inducción de cada área, la respuesta fue que se trata de una función de la persona que entrega el puesto y los vacíos laborales que con el tiempo surgen son responsabilidad de la dirección de área.

Si a lo anterior le sumamos que los practicantes son personas ambulatorias en la empresa y que el nivel de confianza con el que se inicia es casi nulo, se podía caer en el siguiente error: no preguntar por vergüenza y caer en suposiciones que eviten el óptimo desempeño de las tareas.

Dado lo anterior, se llegó a la conclusión de que el recurso más valioso es el tiempo y que la cualidad que prima en los procesos que se realizan en la compañía es la inmediatez; y que por esto se debe implementar una medida que permita que el desempeño del área de comunicaciones (sólo ésta por ser la más visible), sea siempre acertado.

Con respecto a las entrevistas (**Anexo A**) se evidenció que el factor común en las respuestas fue la falta de tiempo para la realización de actividades por parte de los

www.lie.upn.mx/.../documento_general_practicas_profesionales.doc [citado el 27 de mayo de 2011]

practicantes. A continuación, se muestran algunos apartes de las respuestas obtenidas.

“...por ser el tiempo tan limitado no logran desarrollar propuestas o proyectos que se lleven adelante y así mejorar cada día el área y dar más apoyo a las demás. Por el momento veo que el tiempo les alcanza sólo para las tareas diarias”

Isabel Henao

Analista de Formación

“... cuando la práctica de la empresa y el practicante del área están congeniando en actividades, ya es hora de terminar el contrato de aprendizaje, parece que dejaran las cosas a medias...”

Ruth Florido

Bienestar Social

“... Cuando los practicantes recién ingresan a la compañía no están en una posición en la que se les pueda exigir mucho, pero tanto la compañía como ellos se acostumbran a una forma de trabajo que solo dura 6 meses y es imposible esperar que todos trabajen de igual manera.”

Holger Meneses

Director Plátano

“He notado que los empalmes de los practicantes es muy poco para que el que ingresa tenga pleno conocimiento de todo, además, cuando ya está solo, empieza a hacer las cosas de una manera diferente, no hay nada que lo regule”

Calos Garcés

Jefe Salud Ocupacional

Este tipo de acusaciones, justifica de cierta manera la estandarización de los procesos del área, con el fin de buscar también como resultado la optimización del tiempo de las jornadas laborales.

2. MANUAL DE PROCEDIMIENTOS PARA PRACTICANTES DE COMUNICACIONES EN URABÁ

2.1 Introducción

Los procedimientos que se realizan en el área de comunicaciones están diseñados para garantizar el fluido constante y asertivo de la información que se genera por cada uno de los públicos de la Corporación Banacol, por lo cual se considera de carácter valioso plasmarlos en un manual que sirva como implemento de consulta constante por los practicantes del área en la región de Urabá.

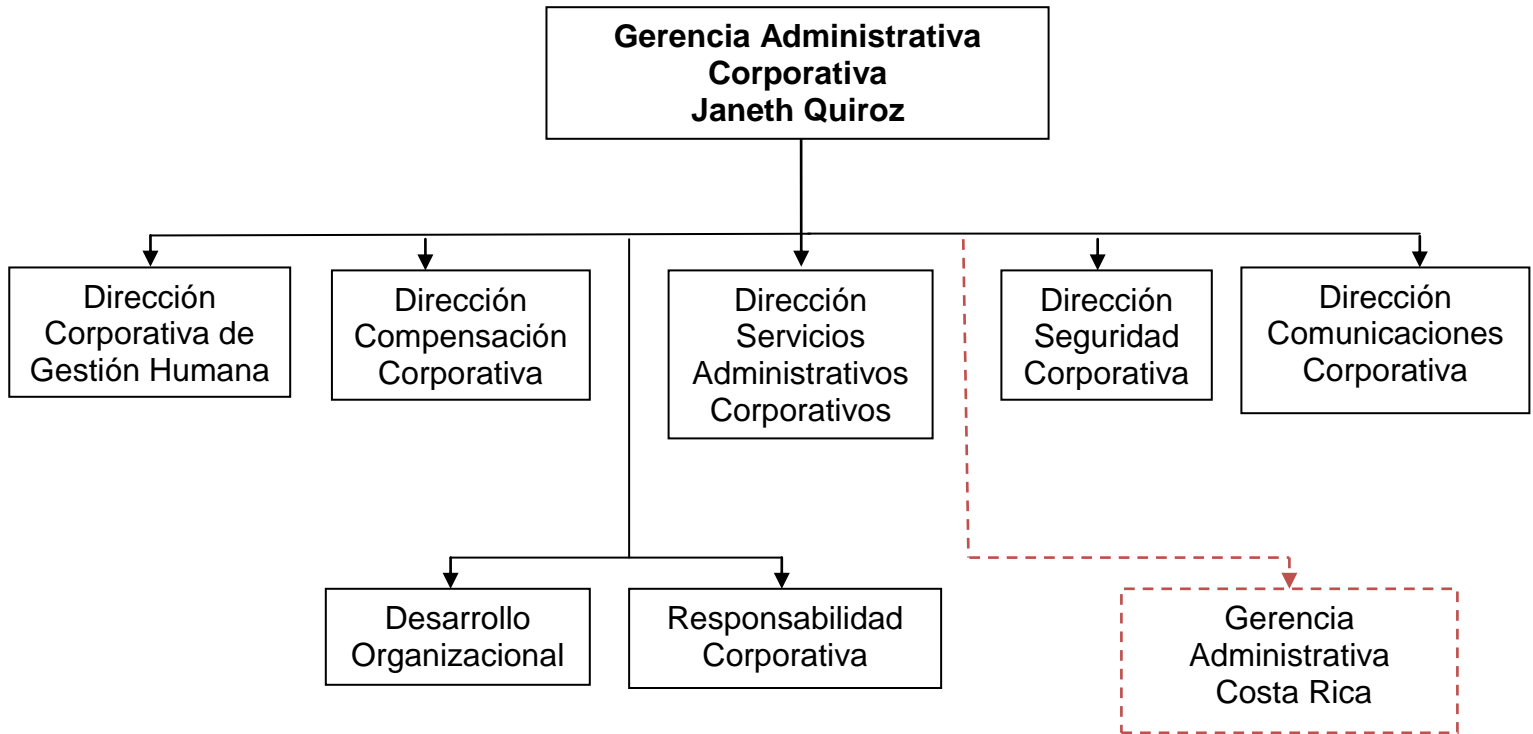
Basados en lo anterior se está elaborando un manual de procedimientos que tiene como fin definir y agrupar las principales tareas y actividades que se realizan por el practicante de la sede Urabá; a cada actividad se le describen las personas implicadas, herramientas que se utilizan en el proceso y las fases o pasos por las que debe pasar cada actividad para su procedimiento de un resultado exitoso.

La utilidad de este manual es principalmente permitir que cada una de las personas que se desempeñan en el cargo de practicante de comunicaciones Urabá tenga conocimiento anticipado de las labores que son de su responsabilidad y optimice el tiempo que dedican a la elaboración de éstas.

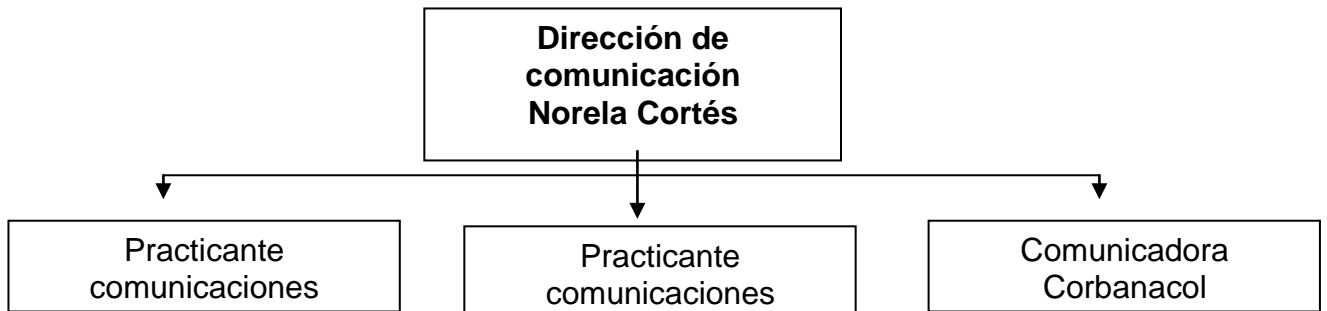
Se espera que la dirección de comunicaciones apruebe la totalidad de los contenidos de este manual y lo integre a la documentación del área para la utilización del personal, además, que se encarguen de eventuales actualizaciones del material y revisión del cumplimiento de las labores allí designadas al cargo.

2.2 Organigrama

El área de comunicaciones está dedicada a facilitar los procesos de comunicación entre las diferentes extensiones de la Corporación Banacol y sus públicos externos. Ésta, en cabeza de la comunicadora Norela Cortés, hace parte de la Gerencia Administrativa Corporativa, que a su vez es dirigida por la doctora Janeth Quiroz.



La estructura de comunicaciones está organizada de la siguiente manera:



2.3 Misión

Somos una corporación internacional dedicada a la producción y comercialización de productos de la agroindustria, integrada verticalmente para nuestro servicio y el de nuestros clientes.

Nos diferenciamos por nuestro enfoque en la persona y en la excelencia, lo que nos da, en términos de calidad y productividad, reconocimiento a nivel mundial. Nuestros productos, piña, banano, plátano y yuca, entre otros, son altamente apreciados por clientes directos, distribuidores y grandes comercializadores.

Trabajamos para ser grandes generadores de valor para nuestros accionistas, clientes y proveedores. Procuramos que nuestros colaboradores logren su máximo desarrollo, progreso y bienestar, y se sientan orgullosos de pertenecer a la empresa. Obramos conscientes de nuestro impacto social en las comunidades con quienes interactuamos.⁷

2.4 Visión

Ser la mejor opción en el mercado de productos agroindustriales tales como piña, banano, plátano y yuca, por nuestro liderazgo mundial en productividad, calidad competitiva y consistente, y cumplimiento.⁸

2.5 Logos

Se presentan los logos de las áreas de la compañía con las que se tiene interacción en cuanto a imagen corporativa.

Estos logos serán utilizados en publicaciones especiales, correos electrónicos, presentaciones de eventos para las que se solicite la ayuda de comunicaciones y demás procesos que necesiten ser identificados con la compañía pero que por su carácter de importancia no ameriten su paso por el diseño a manos de imagen corporativa.

Estos son:

- **Banacol:** es el logo general de la compañía, es mayormente utilizado en las publicaciones corporativas de relación administrativa.

⁷ BANACOL, conózcanos [en línea]. <http://www.banacol.com/NewsDetail/196/1/NuestraMision> [citado el 2 de junio de 2011]

⁸ BANACOL, conózcanos [en línea]. <http://www.banacol.com/NewsDetail/198/1/NuestraVision> [citado el 2 de junio de 2011]

Imagen 1: Logo Banacol



2.5.1 Líneas de productos Banacol

- **Banano:** es el producto estrella de la compañía ya que Banacol es una de las empresas líderes en la producción y comercialización de banano en el mundo, sus principales destinos de exportación son Norteamérica y Europa; Es a su vez la línea que más publicaciones demanda, este se usa cuando no hay intervención de otras áreas, de ser así es preferible usar el logo Banacol

Imagen 2: Logo banano



- **Plátano:** es el área de la empresa que se encarga de la producción de plátano por medio de fincas productoras independientes, este es reconocido como uno de los mejores del mundo. Banacol es líder en la exportación de plátano en Colombia. De acá en adelante las líneas de productos Banacol demandan menos intervención publicitaria.

Imagen 3: Logo Plátano



Las próximas tres líneas son de producción Costa Rica, por lo que la interacción es mínima.

- **Banacol Piña:** la compañía produce piña de marca Venecia y Gold en Costa Rica, ya que las condiciones de clima y suelo son ideales para producir esta fruta tropical en plantaciones propias.

Imagen 4: Logo Piña



- **Banacol tropicales:** en esta línea se encuentra la producción de yuca parafinada y chayote (cidra), esta principalmente dirigida a mercados étnicos.

Imagen 5: Logo Tropicales



- **Banacol congelados:** bajo esta línea de productos se comercializa yuca congelada de origen Costarricense y plátano congelado de origen Colombiano.

Imagen 6: Logo Congelados



- **Banafé:** es el fondo de empleados de Banacol que tiene como objetivo principal brindar oportunidades para mejorar las condiciones económicas de los empleados que pertenezcan como asociados.

Imagen 7: Logo Banafé



- **Fábrica de plásticos:** es una unidad estratégica de la compañía que se dedica a cubrir todos los requerimientos de insumos plásticos para la industria bananera, desde los materiales de empaque que protegen la fruta en el crecimiento hasta los insumos de empaque.

Imagen 8: Logo Fábrica de Plásticos



- **Corbanacol:** ésta es la fundación social de Banacol, es la encargada de contribuir en el desarrollo sostenible de la población, a través del acompañamiento comunitario en temas culturales, de salud, educación y vivienda.

Imagen 9: Logo Corbanacol



- **Agrocentro:** ésta es la unidad de insumos y materiales de la corporación Banacol, se encarga de la adquisición y distribución de insumos adecuados para la operación agrónoma.

Imagen 10: Logo Agrocentro



2.6 Inducción al área

La practicante de comunicaciones en Urabá tiene asignado un cubículo de trabajo y un PC desde cual podrá llevar a cabo sus actividades. Para acceder al equipo se tiene un nombre de usuario, el cual es “Comuprau” y una contraseña que se le designará al inicio de la práctica.

Todos los equipos de la compañía trabajan bajo un programa interno llamado citrix, en éste se puede encontrar de manera predeterminada el historial de correos electrónicos de todos los empleados de la compañía, además de extensiones telefónicas, carteleras virtuales y demás herramientas que sean necesarias para la actividad diaria.

A su vez la empresa cuenta con un servidor central para distribuir los discos y carpetas de almacenamiento de información y así garantizar que se pueda acceder a ellos desde cualquier equipo o terminal que esté inscrita en la central tecnológica de operaciones de la corporación Banacol.

La distribución es la siguiente:

Disco U: es un disco compartido con toda la empresa, al ingresar a él se evidenciara la existencia de varias carpetas, las cuales están divididas por áreas administrativas, la practicante de comunicaciones tiene acceso sólo a ala carpeta URBCOMM, en ella se encuentran las carpetas de información de las 39 fincas y administrativos que necesiten hacer de dominio público la información.

Es una carpeta poco segura, ya que todos los equipos de la región tienen acceso a esta inforedemación y la pueden modificar o eliminar.

La interacción con esta carpeta consiste en la adición de elementos audiovisuales que por su creación estén en poder del área. La ruta de acceso es: U:\URBCOMM.

Disco O: éste es el disco llamado Departamentales3, en él se tiene acceso a la carpeta Comunicaciones que es la que tiene la recopilación de información del área; es la de mayor uso, ya que la comunicación con la jefe directa se hace por medio de esta carpeta, allí se encuentran las subcarpetas de imagen corporativa, el archivo fotográfico, boletines, además de la carpeta “comunicaciones Urabá” en la que se encuentran todas la herramientas de trabajo para las actividades del cargo. La ruta de acceso es: O:\Comunicaciones3.

Disco M: este disco no es muy utilizado por los practicantes; en él sólo se tiene acceso a la carpeta Grupos Primarios, en la que se guardan todas las actas de esta reunión quincenal. Lla modificación de estos archivos la hace la dirección del área de comunicaciones. La ruta de acceso es: M:\Grupos primarios\Dirección de Comunicaciones.

Disco G: éste es el disco de acceso personal de cada usuario, aunque todos los empleados de la compañía tienen un disco G, cada uno es personal e intransferible, de acceso único, en el que se almacena toda la información que se requiera.

SI

El área de servicios informáticos, denominada “SI” es la encargada de dar solución a todos los inconvenientes relacionados con las tecnologías de la información y terminales tecnológicas de la compañía. Cada sede tiene un número de personal encargado de dar solución inmediata a los requerimientos de los empleados, para ello se comunica a través de correos electrónicos enviados al “SI (usuario predeterminado de correo Banacol)” o a la extensión 6409.

Cuando la solución no pudo ser otorgada por el personal de la sede Banacol central Apartadó (Ext. 6409) se puede acudir a la extensión 2911. La llamada será

atendida por una central exterior y tiene un costo elevado, en lo posible se deben evitar estas llamadas.

Correo electrónico

La practicante de comunicaciones dispone de un correo empresarial, “comunicaciones Urabá”, es de vital importancia que se haga una diferenciación del utilizado por “practicante comunicaciones”, a través de éste se tendrá comunicación con toda la empresa.

El servidor emitirá un sonido y un aviso que le permitirá saber el momento exacto en el que tiene un mensaje nuevo en la carpeta de entrada cuando está trabajando en superficies diferentes a LOTUS.

El servidor electrónico se llama LOTUS y se accede a él después de iniciar el citrix, tras varios procesos de carga se le pedirá una contraseña, esta es diferente a la del equipo, es: _____.

Nota: este programa tiene una particularidad de manejo y es que los archivos almacenados en los discos de este servidor solo pueden ser transferidos por el mismo programa y los archivos locales no entran en el historial de elementos.

Fincas:

La producción de banano en Urabá para banacol se limita al resultado de la fecundidad de las 39 fincas propias en la zona.

Cada una de las fincas tiene un administrador que le reporta directamente al gerente de grupo y cada grupo tiene un gerente, un asistente administrativo y un asesor de gestión humana. **(Anexo B)**

Los grupos son:

Grupo Chigorodó: 11 fincas a administrar

Grupo Zungo: 10 fincas a administrar

Grupo San Jorge: 8 fincas a administrar

Grupo Palos Blancos: 10 fincas a administrar

Retiro de elementos:

El área de comunicaciones tiene en su poder una carpa de sol, con todas sus estructuras metálicas, una cámara fotográfica y un mini componente, que en su momento deben ser retirados de la empresa para diversos eventos corporativos.

La practicante de comunicaciones es la responsable de todos estos elementos, por lo que, para poderlos retirar, debe diligenciar un formato de autorización con su firma, en el que se especifica a dónde se dirigen los elementos, quién y cuándo los retira, la fecha de devolución y el encargado de los mismos durante el tiempo que estén fuera de empresa. **(Anexo C)**

2.7 Procedimientos del área

2.7.1 Comunicación directa con empleados operativos

Antes llamada CDT (Comunicación Directa con Trabajadores), es una estrategia del área de comunicaciones, pero elaborada conjuntamente con toda la corporación, de emisión semanal; tiene un cronograma de recopilación de información que va desde pasos tan simples como recibir la información, hasta la adecuación para que sea leída y aprobada por los gerentes, para su posterior reedición dirigida a empleados operativos, difundida a través de Administradores y supervisores de cada finca.

Recopilación de información

Cada lunes, el practicante de comunicaciones Urabá debe enviar un mail a los generadores de información de la compañía, **(Anexo D)**, para que éstos tengan presente que se está haciendo la recopilación de información; este mail se llama "Recorderis Comunicación Directa" y se encuentra en el LOTUS, carpeta "Carpetas", subcarpeta "Formatos"

Implicados: Generadores de información

Practicante de comunicaciones Urabá

Tabular

En el disco la ruta O:\Comunicaciones\Comunicación Directa\Formatos hay una serie de archivos de Excel en los que semana a semana se consolida la

información del comportamiento de generadores y transmisores de información; estos archivos son hojas de cálculo predeterminadas y de fácil lectura, en las que sólo se debe depositar la información de la semana inmediatamente anterior.

Implicados: Practicante de comunicaciones Urabá

Organizar información

Este paso es el más importante de la estrategia, ya que consiste en plasmar en el formato de CDT, (**Anexo E**) la información que se recibió entre el lunes y martes (antes del medio día), se debe prestar especial cuidado con la redacción, puntuación y ortografía de los comunicados de cada área, por lo general no pasan de 5 áreas semanales, pero se debe tratar al máximo que no pasen semanas sin información.

Implicados: Practicante de comunicaciones Urabá

Envío a gerentes

Después de hacer los ajustes de estilo de los comunicados de área, se procede al envío a los integrantes de la reunión de Staff que se realiza los martes a las 2:00 p.m. para que allí se apruebe su divulgación.

Este mail se envía el día martes a las 11:50 a.m. con el formato de CDT adjunto y con relación a las siguientes personas:

Gerente de producción Banano, Javier Ochoa (sujeto a cambios)

Gerentes de grupos: Grupo de correo predeterminado

Jefe responsabilidad corporativa: Alejandro Pérez (sujeto a cambios)

Con copia a: Dirección de comunicación: Norela Cortés

Jefe del Centro de Información: Yainy Mateus

Implicados: Integrantes de reunión de staff

Practicante de comunicaciones Urabá

Cambios

La Jefe del Centro de Información debe hacer una retroalimentación de la información al término de la reunión de Staff, por lo general este correo se recibe en horas de la noche, por lo que el día miércoles a primera hora se debe aplicar la retroalimentación recibida.

Implicados: Centro de información

Practicante de comunicaciones Urabá

Envío a administradores

Tras hacer los cambios sugeridos en la retroalimentación se debe proceder con el envío a los administradores de fincas de la siguiente manera:

Administradores Chigorodó: grupo predeterminado

Administradores Palos Blancos: grupo predeterminado

Administradores San Jorge: grupo predeterminado

Administradores Zungo: grupo predeterminado

Con copia a: Gerentes de grupos: Grupo de correo predeterminado

Gerente de producción Banano, Javier Ochoa

Jefe responsabilidad corporativa: Alejandro Pérez

Dirección de comunicación: Norela Cortés

Gerencia Administrativa Corporativa: Janeth Quiroz

Dirección Corporativa de G.H.: Lina Garcés

Jefe del Centro de Información: Yainy Mateus, Juan Fernando Osorio

Implicados: Administradores de finca

Retroalimentación

Al inicio de cada semana se debe retroalimentar el proceso de la semana anterior, por esto, cada administrador de finca debe diligenciar un mini formato en el que se especifique si la actividad fue realizada. En caso de ser negativa la respuesta, se debe indicar por qué no fue realizada, además de informar las dudas y comentarios relevantes que surgieron de los empleados en el transcurso de la puesta en común de la información; el formato se encuentra en el LOTUS, carpeta “Carpetas”, subcarpeta “Formatos” y se llama “retroalimentación semana X”

Implicados: Transmisores de información

Practicante de comunicaciones Urabá

Informe

La primera semana de cada mes se debe enviar a la directora de comunicaciones un informe de comportamiento de generadores y transmisores de información consolidada con el porcentaje de participación y retroalimentación relevante de cada finca en el mes inmediatamente anterior.

Para esto, se ha generado un formato en Excel que contendrá los datos de cada mes, separados por generadores y transmisores de información, éste se encuentra ubicado en la ruta O:\Comunicaciones\Comunicación Directa\Informes

Imagen 11: Informe generadores de información

**RETROALIMENTACIÓN
COMUNICACIÓN DIRECTA CON LOS
GENERADORES DE INFORMACIÓN
JUNIO 2011**

GENERADOR DE INFORMACIÓN		Junio					# de aportes	% part por semanas	
		Semana							
		22	23	24	25	26			
Información corporativa	Victor Henríquez Javier Ochoa	0	0	0	0	0	0	0%	
Información de producción	Grupo de Gerentes fincas	0	0	0	0	0	0	0%	
Relación sindical (Jurídico)	Efraín Rodas Roberto Pérez	0	0	0	0	0	0	0%	
Salud Ocupacional	Carlos Garcés	1	1	0	1	1	4	80%	
Formación	Aura Elena Idarraga	0	0	0	0	0	0	0%	
Bienestar	Inés Tatiana Lopez	1	1	0	0	0	2	40%	
Gestión Humana	Alejandro Pérez	0	0	0	0	0	0	0%	
Compensacion	Giscela García	0	0	0	0	0	0	0%	
Banafé	Alejandra Valencia	0	0	0	1	0	1	20%	
Relaciones Laborales	Roberto Pérez	0	0	0	0	0	0	0%	
Responsabilidad Corporativa	Alejandro Pérez	0	1	1	1	1	4	80%	
Corbanacol	Lina Marcela Díaz	0	0	0	1	0	1	20%	
Agricultura	Alejandro Querubin	0	0	0	0	0	0	0%	
Calidad	Alejandro Querubin	0	0	0	0	0	0	0%	
Allocation	Alejandro Querubin	0	0	0	0	0	0	0%	
Datos en rojo:		No generan información para transmitir							

Imagen 12: Informe transmisores de información

FINCAS		Encargado	Junio					Comentarios de la semana 22 a la 26
			22	23	24	25	26	
SAN JORGE								
RITA MARIA	Supervisores de Campo y Empacadora		0	0	0	0	0	
DURAZNO	Supervisores de Campo y Empacadora		0	0	0	0	0	
MAGDALENA	Supervisores de Campo y Empacadora		0	0	0	0	0	
TAPARTO	Supervisores de Campo y Empacadora		0	1	0	0	0	Preguntan por nuevas jornadas de actualización de Comfama
RANCHO AMELIA	Supervisores de Campo y Empacadora		0	0	0	0	0	
SALPICÓN	Supervisores de Campo y Empacadora		0	0	0	0	0	
TAREMA	Fabio Alvarez		1	1	1	0	0	Piden más plazo para la actualización de datos Comfama
GUADALUPE	Supervisores de Campo y Empacadora		0	1	0	0	0	
Total			1	3	1	0	0	
CHIGORODÓ								
ALAMEDA			0	0	0	0	0	
NEGRITOS	Supervisor		0	0	0	0	0	
MALAGON			0	0	0	0	0	
PARAISO	Supervisor		0	0	0	0	0	
SOL LUNA			0	0	0	0	0	
FINCA 1	José Edis Córdoba		1	1	1	0	1	
FINCA 2	Luis Giovanni Mejía , Horacio Guerra , Jesus Orte		1	1	1	0	1	
TATIANA	Luis Giovanni Mejía , Horacio Guerra , Jesus Orte		1	1	1	0	1	
FINCA 3	Supervisor		1	1	1	0	1	Están pendientes de la segunda jornada de actualización de datos de Comfama
FINCA 4	Supervisor		1	1	1	0	1	
ARROCERA	Francisco Guacci		0	0	0	0	0	
Total			5	5	5	0	5	
Total general			13	15	13	2	12	
Datos en azul:			Los administradores no envían retroalimentación de la actividad					

Muchos de los administradores no responderán los correos de retroalimentación, por lo que se debe identificar los más ausentes y hacerles “marcación individual” para identificar la razón de su ausentismo en la actividad.

Implicados: Generadores de información

Transmisores de información

Norela cortés

Practicante de comunicaciones Urabá

2.7.2 Cumpleaños

La corporación Banacol cuenta con un gran número de empleados y es importante que cada uno de ellos se sienta incluido. Una de las estrategias de integración es la felicitación de cumpleaños.

Maestra de cumpleaños

Cada mes, durante los últimos 5 días, en la ruta O:\Comunicaciones\Cumpleaños\2011 la practicante de comunicaciones Envigado pondrá a disposición una carpeta mensual con una hoja de Excel que incluirá todos los cumpleaños del mes para la corporación Banacol.

Éste es uno de los procesos más extensos, ya que es responsabilidad de comunicaciones Urabá segregar y segmentar los cumpleaños de la región en formatos que luego serán remitidos al área correspondiente, éstos pueden ser entre 300 y 500 cumpleaños mensuales con los que se debe tener especial cuidado.

Al tener la maestra es necesario filtrar el contenido por región, para esto se siguen los siguientes pasos:

Seleccionar las celdas de cabezote

Clic data

Filter

Auto filter

En la columna Oficina, seleccionar Urabá.

Esconder las columnas que no correspondan al, Nombre, área compañía o fecha de cumpleaños.

Concatenar el nombre y hacer correcciones de ortografía

Escribir nuevamente el día de cumpleaños para que todo el contenido quede con el mismo año

Seleccionar columna de fecha

Clic derecho

Formato de celdas

Número

Bajar decimales a "0"

Aceptar

Organizar en orden descendente

Guardar una copia de seguridad en la ruta O:\Comunicaciones\Comunicaciones Urabá\CUMPLEAÑOS\2011 para evitar hacer modificaciones en el archivo original.

En la columna Compañía separar los contratados por las empresas CFS y CI. Banacol, y organizarlos en el formato de cumpleaños corporativo ubicado en la ruta O:\Comunicaciones\Cumpleaños\2011\mes\Cumpleaños Corporativo

Imagen 13: Plantilla de cumpleaños corporativo

Cumpleaños JUNIO URABÁ		
22	Medardo Ignacio Castaño Aguirre	Finca Guadalupe
22	Beatriz Elena Castañeda Urrego	Finca Malagón
23	Marleny Isabel Sandoval Lara	Grupo San Jorge
24	Daniel José Restrepo Silva	Fábrica de Plásticos
24	Juan Javier González Montes	Finca Soluna
25	Juan Mosquera Asprilla	Administración Documental
25	Leonor Arteaga David	Finca Paraíso
26	Jairo Vélez Arango	Grupo Chigomó
26	Arcilio Manuel Escobar Zabala	Servicio Fumigación
26	Esneider Franco Rodríguez	Asignación de Fruta

Banacol *Cultivando Bienestar - Cultivating Wellbeing*

De este archivo se selecciona el personal que tiene oficina en Banacol central Apartadó y se ubican en la plantilla “imprimible Apartadó”, ubicada en la misma ruta anterior.

Esta plantilla se imprime y se publica en la cartelera central.

También se segmentan del archivo inicial (corporativo) los cumpleaños de la Fábrica de Plásticos y de Logística y se depositan en las plantillas ubicadas en la ruta O:\Comunicaciones\ComunicacionesUrabá\CUMPLEAÑOS\2011\Mes.

Posteriormente, estas platillas se envían a Stherly Arango y Josefina Orozco respectivamente.

Ahora se pasa a la columna área, en la cual se podrán identificar que hay grupos de cosecha, cultivo y empaque de cada una de las fincas. Éstos son los cumpleaños de los empleados operativos de la empresa y son una gran cantidad.

En la ruta O:\Comunicaciones\Comunicaciones Urabá\CUMPLEAÑOS\2011\Mes\Fincas, se encuentran las fincas por grupo de administración. Cada finca tiene un platilla y se deben ubicar en ella los cumpleaños sólo de la finca a la que corresponde la plantilla, posteriormente se envía a la finca título y después de terminar el grupo completo, todas las plantillas se envían al asesor de Gestión Humana de cada grupo. **(Anexo F)**

Nota: Se pone un relleno de color a todos los cumpleaños que se ubique en las plantillas para identificar si queda algún faltante.

Implicados: Nómina

Practicante de comunicaciones Envigado

Practicante de comunicaciones Urabá

Fincas receptoras de información

Asesores de Gestión Humana

Envío de cumpleaños

Al tener la plantilla de cumpleaños corporativo, se imprimen sólo las páginas correspondientes a la región de Urabá y diariamente, a primera hora, se envía una tarjeta de felicitación que se encuentra en el LOTUS, carpeta "Carpetas", subcarpeta "Formatos" y que se llama "Feliz cumpleaños XXXXX", donde las X corresponden al nombre completo de la persona a felicitar.

El día viernes en la tarde se procede al envío de las felicitaciones del fin de semana, cambiando el asunto por "Te anticipamos un feliz cumpleaños XXXXX", y en el texto de la tarjeta se cambia la frase "Hoy festejas..." por el día exacto del cumpleaños.

Hay personas, en su mayoría empleados operativos y practicantes, que no tienen una cuenta predeterminada de correo, éstos se distribuyen de la siguiente manera:

Finca XXXX: se envía a la finca mencionada

Aduanas: María Eugenia Espinosa

Servicios Generales: Carlos Mario Mosquera

Fumigación / Aspersión: Bibiana Zapata

Servicios Técnicos Urabá: Carlos Mario Vergara

Plásticos: Stherly Arango

Logística: Josefina Orozco

Practicantes: Inés Tatiana López

En caso de que el cumpleaños no esté en ninguna de estas categorías, se pregunta al jefe inmediato del área a la que pertenece y se envía a éste, agregándole las palabras “favor informar”.

Implicados: Practicante de comunicaciones Urabá

2.7.3 Grupo primario

Reunión realizada quincenalmente para definir y aprobar los temas y responsables de las notas pendientes del próximo Notibanacol, campañas, publicaciones y demás pendientes de cada integrante del área de comunicaciones. También se ponen en común y resuelven las dudas e inquietudes que desde cualquier área de alguna de las sedes se remitan a comunicaciones.

Los temas que son considerados para las estrategias de comunicación surgen de propuestas realizadas a la practicante Urabá durante los recorridos que realiza por las fincas, o son solicitados por las áreas de soporte. Se relacionan con temas informativos o de actualidad, con noticias del sector, noticias corporativas, acontecimientos destacados de la Compañía en Urabá, temas de entretenimiento dirigidos en su mayoría a empleados operativos y que promueven la cultura organizacional.

2.7.4 NotiBanacol

Es el canal de comunicación corporativo oficial, con alcance Colombia, Costa Rica y Estados Unidos, países donde la empresa tiene sedes administrativas y productivas.

Su objetivo es mantener informada a toda la Corporación Banacol de las actividades que se llevan a cabo en las diferentes áreas y de directrices administrativas. Se imprime y se envía para las 49 carteleras de las sedes de Colombia (39 para fincas Urabá, 4 para Oficina Banacol Central Apartadó, 2 para Fábrica de Plásticos, 3 para CFS logística y una para Banacol Envigado).

Es de publicación mensual, por eso, quincenalmente en el grupo primario se definirán los temas a publicar y la persona responsable de cada nota.

Cada nota realizada se ubica con sus respectivas fotografías en la ruta O:\Comunicaciones\Boletines y Flash \ boletín No. X para que la dirección de comunicaciones proceda a su revisión y validación con la persona encargada.

Los impresos del NotiBanacol llegarán a la oficina de Apartadó central y, según el temario, deben ser distribuidos en las carteleras de la zona.

Implicados: Norela Cortés

Área generadora de información

Practicante de comunicaciones Urabá

2.7.5 NotiBanafé

Este es el medio de comunicación que tiene el Fondo de Empleados Banafé con todos sus públicos es de publicación bimensual y es responsabilidad total de la practicante de comunicaciones en Urabá.

Cada mes y medio, la directora del Fondo de Empleados (Alejandra Valencia / sujeto a cambios) citará una reunión en la que informa de los temas que se publicarán en el próximo NotiBanafé, y la practicante debe buscar la información necesaria para cada tema.

Realización de cada nota

Validación de enfoque con la dirección del Fondo

Correcciones

Validación con la dirección de comunicaciones

Pasar a imagen para el diseño

Distribución a las carteleras en Urabá

Implicados: Alejandra Valencia

Norela Cortés

Practicante de comunicaciones Urabá

Practicante imagen corporativa

2.7.6 Despertar platanero

Este espacio es creado por la extensión de Plátano Banacol y en dirección del Ingeniero Holger Meneses. Todos los martes a las 5:00 p.m. (sujeto a cambios) se realiza la reunión de planificación del programa de la semana siguiente.

El programa sale al aire en vivo, los lunes a las 5:30 a.m. o los martes en caso de ser precedido por un día festivo; se transmite por la emisora Apartadó Estéreo y tiene las siguientes secciones:

Programación de embarques

Pedido de cartón para la semana

El personaje de la semana

Reflexión de la semana

Tema técnico

Espacio del productor

Cuando la extensión de alguna de las secciones lo amerite, es posible omitir otra. La participación del área en este espacio consiste en la labor logística de la entrevista al personaje de la semana y la reflexión semanal, además de la locución en el programa.

Implicados: Holger Meneses

Adiela Uribe

Carlos Zapata

Practicante de comunicaciones Urabá

2.7.7 Eventos

La mayor actividad pública de la Corporación Banacol se realiza en la sede de Urabá, por lo que constantemente las áreas estarán pidiendo colaboración con la programación de eventos grandes y pequeños para todo tipo de público.

Para los eventos pequeños en los que la logística no es de gran protagonismo, es posible realizar la planificación en conjunto con la dirección de comunicaciones y así desarrollar suvenires, locaciones, invitaciones, presentación y demás elementos necesarios según el origen del evento.

Para los eventos que tienen un poco más de trascendencia, como simposios, congresos, reuniones jurídicas, gremiales y sindicales, es necesario pedir el apoyo del área de formación, ya que al estar normalmente dirigidos a un público más experimentado y complicado en su manejo, es obligatorio que se les dé una dirección diferente.

Implicados: Área organizadora del evento

Área de formación

Norela Cortés

Imagen corporativa

Practicante de comunicaciones Urabá

2.7.8 Publicaciones especiales

En situaciones específicas como lanzamientos de productos, nuevas políticas, auditorias o demás que deban ser de dominio público, las diferentes áreas de la empresa harán la solicitud para sacar información impresa que será publicada en las carteleras y/o entregada a los empleados de la compañía; regularmente, los demandantes de estas publicaciones son el Fondo de Empleados Banafé, Responsabilidad Corporativa y Gestión Humana.

Para ello, la practicante de comunicaciones debe:

Realizar el texto

Validar con el área interesada

Validar con la dirección de comunicaciones

Transmitir la intención de la publicación a imagen

Implicados: Área interesada

Dirección de comunicaciones

Imagen corporativa

2.7.9 Mantenimiento de carteleras

Otra de las estrategias de comunicación que tiene la corporación Banacol con los empleados operativos de la empresa son las carteleras informativas; hay una por cada finca y otras más ubicadas en las extensiones de la empresa de la siguiente manera:

39 en las fincas productoras de banano

3 en el departamento logístico

2 en la Fábrica de Plásticos

1 en Banacol central Apartadó

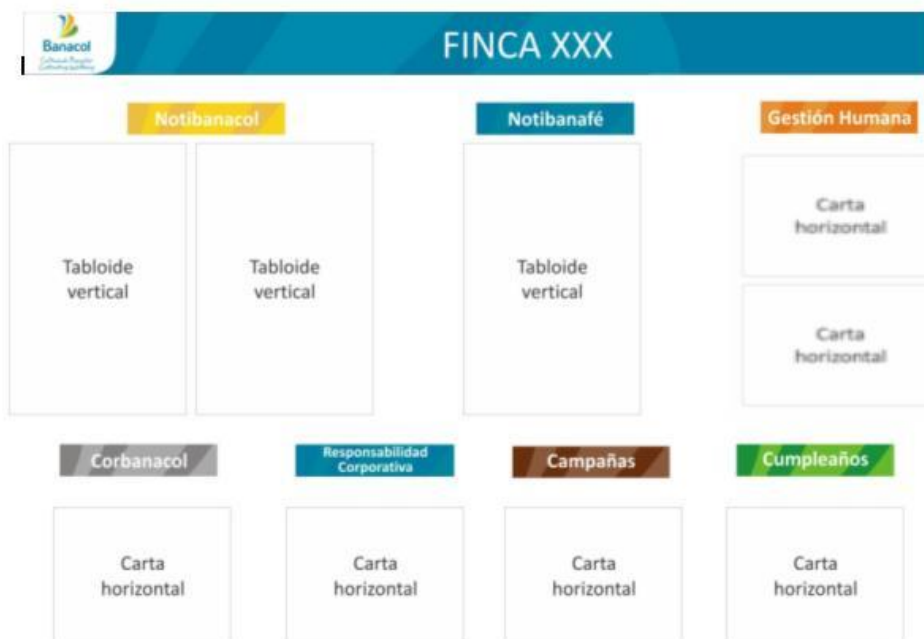
1 en Agrocentro

1 en Corbanacol

1 en la Pista de fumigación

Son siete las temáticas que componen los contenidos y tienen un esquema de publicación que deber ser seguido en todas las carteleras de la empresa.

Imagen 14: Formato de carteleras



Boletín NotiBanacol

Boletín NotiBanafé

Responsabilidad Corporativa

Campañas

Gestión Humana

Cumpleaños

Corbanacol

Implicados: Oficinistas de las fincas

Practicante de comunicaciones Urabá

2.7.10 Campañas internas

Con el fin de buscar un ambiente de trabajo óptimo en todas las áreas de la compañía, constantemente se están enviando campañas que buscan moldear los comportamientos de todos los empleados de la empresa.

Muchas de estas campañas son orientadas directamente por la Dirección de Comunicaciones y se hacen por medio de correos electrónicos dinámicos y llamativos para toda la compañía, pero desde comunicaciones en Urabá también se generan campañas internas que son de dominio de la sede específica y son generados por la practicante de comunicaciones en la zona.

Entre estas campañas se encuentran los siguientes temas:

Valores corporativos

Control de gastos de viaje

Vestuario

Sensibilización vial

Higiene

Campañas publicitarias para el Agrocentro

Implicados: Área interesada en la campaña

Practicante de comunicaciones en Urabá

2.7.11 Corbanacol

Como se mencionó anteriormente, Corbanacol es la Fundación Social de Banacol y tiene como pilares de trabajo la educación, la salud y la vivienda.

Por ser temas de interés social, es mucho el trabajo de campo que se realiza y como no se tiene una persona en la región que se ocupe de los temas de comunicación, es mucho el apoyo que se les debe prestar.

Toma de fotografías

Maestra de ceremonias

Asesora protocolaria para eventos

Plan de medios

Comunicados

Por tratarse de un tema muy concreto en sus manejos para la compañía, hay un apoyo de comunicaciones en Medellín, pero que por su distancia es imposible que planee la totalidad de las comunicaciones de la Fundación.

3. CONCLUSIONES

Un manual de procedimientos para el practicante en comunicaciones dará gran tranquilidad a la dirección del área al saber que cada proceso que no puede acompañar o explicar de manera personal estará plenamente identificado y señalado en el documento.

Con el manual de procedimientos, es posible consolidar una serie de acciones dirigidas a agilizar, estandarizar y garantizar la efectividad y transparencia del trabajo del área.

Si este producto se utiliza de manera correcta se podrá lograr la optimización del tiempo dedicado a la inducción del personal y a la familiarización con los procesos del área.

Éste es un elemento que permitirá contribuir al correcto desempeño de todas las áreas en pro de los objetivos conjuntos.

4. RECOMENDACIONES

Este resultado está sujeto a que el área haga seguimiento o acompañamiento al procedimiento y la posterior evaluación de los resultados.

Con la integración de nuevos procesos al área, se debe hacer una actualización y depuración del contenido.

La persona encargada de las prácticas de comunicaciones en Urabá debe dar cuenta de la efectividad del manual al inicio de cada proceso.

Cuando se identifique un elemento relevante en los procesos de comunicación, es de vital importancia que se investigue e incluya en este producto.

Es recomendable implementar este elemento en cada una de las áreas de la empresa que son intervenidas por practicantes para lograr una facilidad de auditoría.

Lo más importante es que cada practicante le pase a su reemplazo la existencia actualizada de este producto.

5. BIBLIOGRAFÍA

ARRAS, Ana. Comunicación y cambio organizacional [en línea]. Tenerife: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social, 2008. Vol. 63. http://www.revistalatinacs.org/08/35_792_51_Chihuahua/Ana_Maria_Arras.html [citado el 25 de junio de 2011]

BANACOL, Conózcenos.[en línea]
<http://www.banacol.com/NewsDetail/196/1/NuestraMision>[citado el 2 de junio de 2011]

BANACOL, Conózcenos.[en línea]
<http://www.banacol.com/NewsDetail/198/1/NuestraVision> [citado el 2 de junio de 2011]

GÓMEZ, Giovanni. Manuales de procedimientos y su aplicación dentro del control interno [en línea]. Bogotá: diciembre, 2001. <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/26/manproc.htm> [citado el 10 de junio de 2011]

RUIZ. Carlos, El papel del comunicador organizacional [en línea]. Mexico, http://www.mercadeo.com/67_comunicador_CAR.htm [citado el 29 de mayo de 2011]

UPN. Dirección de unidades Universidad Pedagógica nacional. Prácticas profesionales y servicio social [en línea]. México: 2002, www.lie.upn.mx/.../documento_general_practicas_profesionales.doc. [citado el 27 de mayo de 2011]

YEPES, Diego. Manual de procedimientos para el sistema de gestión de calidad de la empresa de aguas del oriente antioqueño [CD-ROM]. Medellín: Universidad de Medellín, 2010.

ANEXO A: Modelo de entrevista

¿Qué relación tiene su área con comunicaciones?

¿Cómo ha sido la interacción entre áreas?

¿Cómo considera que ha sido la interacción de los anteriores practicantes con su área?

¿Cómo califica la organización del área de comunicaciones?

¿Considera que el tiempo invertido por los practicantes del área en los procesos de la región es óptimo?

¿Qué falencias tiene el área de comunicaciones en Urabá?


¿Qué aspectos faltan por mejorar?

¿Qué características le gustaría que sean permanentes en los practicantes de comunicaciones?

ANEXO B: Fincas por grupos Banacol

ADMINISTRADORES FINCAS GRUPO BANACOL	
Grupo Zungo	Administrador de Finca
Elkin Hernán Betancur	Gerente de Grupo
Carmen Yasiris Mosquera	Asistente Administrativo
Juliana Pastrana	Gestión Humana
Carlos Montoya	Hacienda
Ángel Moreno Mosquera	Banafinca
Darío Moisés Cuadrado Valderrama	Alex Helena - Por Francia
Marcos Fidel Cuesta Cuesta	Lejanía
Eliseo Palacios Moreno	Diamante - El Carmen
Hernando de Jesús Pino Gómez	Retiro
Javier Betancur Taborda	Trigana – Virginias
Grupo Chigorodó	Administrador de Finca
Jairo Vélez Arango	Gerente de Grupo
Roció del Pilar Estrada Córdoba	Asistente Administrativo
Gudiela Correa	Gestión Humana
Juan Carlos Calderón Mayo	Malagon - Sol Luna
Alan Camacho López	Negritos – Paraíso
Jesús Noel Roa Borja	Alameda
Francisco Guacci Espinosa	Arrocera
José Edis Córdoba Mena	Finca 1
Luís Giovanni Mejía Vélez	Finca 2 – Tatiana
Santos Moreno Córdoba	Finca 3 - Finca 4
Grupo San Jorge	Administrador de Finca
Douglas Emirsul Abaunza	Gerente de Grupo
Sandra Patricia Benítez Gómez	Asistente Administrativo
Juan Carlos Payan Piedrahita	Gestión Humana
Antonio Palacios Mosquera	Durazno
Airtón Rentería Martínez	Magdalena
Fabio León Álvarez Osorio	Tarena
Franklin Parra Hernández	Rita Maria
Jorge Grisales Sánchez	Taparto
Ruben Darío Mejía González	Guadalupe
Javier Andres Ramirez Pelaez	Rancho Amelia – Salpicon
Grupo Palos Blancos	Administrador de Finca
Benigno Ramos Sajona	Gerente de Grupo
Mónica Diez Restrepo	Asistente Administrativo
Heiler Rivas Romaña	Gestión Humana
Gildardo Giraldo Obando	Maria del Rosario
Genaro García	Doña Ángela
Manuel Carlos Cogollo Saavedra	Monterrey 1
Jader Antonio Salas Morales	Villa Alicia – Guaro
Jorge Emilio Pretelt Fabra	Cafetal
Jorge Eliécer Lanz Jaraba	Manzana
Manuel Mosquera	San Jacinto
David Balanta Restrepo	Monterrey 2 - Monterrey 3

ANEXO C: Autorización para retiro de elementos por portería

	AUTORIZACIÓN RETIRO ELEMENTOS POR PORTERÍA
---	--

Lugar y fecha de expedición: _____

Destino de los elementos: _____

Nombre de quien autoriza la salida: _____

Cargo: Practicante de Comunicaciones

Firma

CANTIDAD	RELACIÓN DE ELEMENTOS	MOTIVO DEL RETIRO	REGRESAN

Fecha tentativa de regreso: _____

Hora: _____

Placa vehículo: _____

Conductor: _____

Nombre Vigilante: _____

Fecha de retiro: _____


Responsable:

Nota: Favor regresar las carpas y dejarlas armadas en la placa deportiva de Banacol Central.

ANEXO D: Generadores de información

Comunicación en fincas Banano		
Tipo de comunicación Responsable	Tipos de temas	
Información corporativa	Víctor Henríquez Javier Ochoa	Objetivos estratégicos Resultados de negocio Variables macroeconómicas Impactos en la producción
Información de producción	Javier Ochoa Benigno Ramos Elkin Betancur Jairo Vélez Douglas Abaunza	Productividad Calidad Costo Efectos climatológicos Resultados Decisiones de procesos
Relación sindical	Efraín Rodas Roberto Pérez	Avances en negociación Acuerdos sindicales Posiciones convencionales
Salud ocupacional	Carlos Garcés	Medidas preventivas Cultura de Autocuidado COPASO
Formación	Aura Elena Idarraga	Competencias Laborales Sena
Bienestar	Inés Tatiana López	Caja de compensación Fiestas y eventos Programas de beneficio
Gestión Humana	Alejandro Pérez Dayro Mejía	Seguridad Social Incapacidades y Ausentismo Manejo de conflictos Relaciones interpersonales Motivación
Compensación	Gisela García	Novedades Inquietudes de liquidación
Fondo de empleados	Alejandra Valencia	Programas Líneas de crédito Beneficios
Relaciones Laborales	Roberto Pérez	Pensión Cambios de normatividad Interpretaciones y conceptos jurídicos
Responsabilidad corporativa	Alejandro Pérez	Sensibilización de normas Cumplimientos ambientales
Social	Danny Ramirez Elkin Valencia Lina Marcela Díaz Bonilla	Vivienda Salud Formación para la vida Emprendimientos Beneficios

ANEXO E: Formato CDT

	<i>“Estrechando nuestros vínculos”</i>					
	Semana		Mes		Año	
Grupo:Urabá						
Temas a comunicar						
Información Corporativa						
Información de Grupo - Gerente de Grupo						
Información de la finca - Administrador de la finca						
Información específica para el equipo de trabajo - Supervisor						

ANEXO F: Formato de cumpleaños para fincas



Empleados de la Corporación Banacol
en la Finca XXXXXX

Reciban una fraternal Felicitación por su Cumpleaños en el mes de
XXXX

Cumpleañero (a)	Día