

PROTOCOLO DE COMUNICACIONES

PRESENTACIÓN

El presente documento es un borrador del “Protocolo de comunicaciones”, elaborado con el fin de ser socializado a nuestros stakeholders, como parte de la construcción de un documento final ajustado a las necesidades de comunicación identificadas en la interacción de la empresa PALNORTE S.A.S y sus grupos de interés.

MARCO CONCEPTUAL

Grupos de interés: como grupo de interés o Stakeholder se entiende “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de la empresa”

Comunicación: según Merleau-Ponty, citado por Eduardo Duarte, comunicación es: ... construir con el otro un entendimiento común sobre algo. Es el fenómeno perceptivo en el cual dos conciencias comparten en la frontera. El entendimiento común no quiere decir concordancia total con los enunciados envueltos en el intercambio. El entendimiento puede ser la conclusión de las conciencias que discrepan de los enunciados una de otra. El lenguaje despunta, entonces, como objeto cultural de percepción del otro. El lenguaje se convierte en el plano en el cual la zona de encuentro puede ser diseñada mediante el diálogo. (2003, p. 47)

Participación: la participación se define como “un proceso gradual mediante el cual se integra al ciudadano en forma individual o participando en forma colectiva, en la toma de decisiones, la fiscalización, control y ejecución de las acciones en los asuntos públicos y privados que lo afectan en lo político, económico, social y ambiental para permitirle su pleno desarrollo como ser humano y el de la comunidad en que se desenvuelve”

OBJETIVO

Dejar establecido los procedimientos necesarios para que la comunicación con los grupos de interés de la empresa PALNORTE S.A.S se desarrolle por los canales, con las frecuencias y los mensajes idóneos para establecer relaciones de sana convivencia en los territorios de los cuales hacemos parte; evitar o manejar las situaciones no deseables o de desencuentro; generar espacios de diálogo y, en términos generales, para que la interacción con nuestros grupos de interés se convierta en una oportunidad de mutuo desarrollo.

HERRAMIENTAS Y PROCESOS DE COMUNICACIÓN

Dependiendo de los objetivos de cada proceso, la empresa PALNORTE S.A.S harán uso de medios de comunicación internos, masivos y alternativos; de igual forma, teniendo en cuenta el nivel de escolaridad presente en sus áreas de influencia y en su misma planta de personal, se utilizarán herramientas como la ilustración o la producción audiovisual, con el ánimo de garantizar la comprensión de contenidos. De igual forma, en los casos en que se requiera, las herramientas podrán ser producidas en dialectos o lenguajes nativos.

Publicaciones periódicas

Son todas aquellas con periodicidad definidas que, generalmente, dan cuenta de desarrollo de proyectos, nuevos procesos técnicos, comerciales o de índole social. Entre estas publicaciones se encuentran, el boletín de sostenibilidad Palnorte mensual.

Publicaciones externas de apoyo a actividades en campo (afiches, flayers)

Están directamente relacionadas con actividades que se desarrollan en las unidades de producción y, aunque se realizan según demanda, se convierten en apoyo permanente al cumplimiento de las políticas, protocolos, planes y programas directamente relacionados con los stakeholder externos de ámbitos locales

Estas publicaciones tienen, entre otros, los siguientes objetivos: divulgar el marco normativo y político de la Compañía; el sistema PQRS; hacer educación ambiental; informar a la comunidad sobre actividades de fumigación (producto, fumigación aérea, terrestre o manual, riesgos sobre la salud humana o animal; hora en la que se va a hacer la fumigación y duración de la actividad; medidas y restricciones; sobre todo, de ingreso a los lotes o paso por caminos que cruzan la plantación, entre otras). De igual forma se utilizan informar sobre demanda de mano de obra o proveeduría servicios y para convocar a reuniones o actividades programadas por la Compañía.

Entendiendo que publicación es todo aquello que se hace del conocimiento público o generalizado, independientemente del mecanismo que se emplee, para los fines anteriormente expuestos, las empresas pueden hacer uso para estos casos, de afiches, cuadernillos, grabaciones de audio para emisoras locales o medios callejeros de amplificación, entre muchos otros,

Publicaciones internas de apoyo a procesos de sensibilización, capacitación y formación

Son elementos que se crean para apoyar procesos de capacitación, formación e información dirigidos a los trabajadores en sus diferentes ubicaciones y áreas de trabajo. Con este propósito, se elaboran piezas audiovisuales, cartillas, plegables, volantes... etc. La herramienta seleccionada, el lenguaje y, en general, su presentación, dependerá de los contenidos que se desee llevar hasta el trabajador.

Uso de medios masivos de comunicación

Por sus alcances y características, los medios masivos de comunicación son utilizados por la empresa PALNORTE S.A.S para dar a conocer programas y proyectos cuya influencia abarca sectores más amplios de la población o están directamente relacionados con su desarrollo. También se hace uso de estos medios para promover iniciativas de bien común o valores de ciudadanía corporativa. Entre estos medios, además de los tradicionales mas media, se utilizan las llamadas redes sociales.

RESPONSABLE DE LAS COMUNICACIONES

El cumplimiento del Protocolo de comunicaciones es responsabilidad del Área de Comunicaciones, adscrita al Departamento de Sostenibilidad. En ese orden de ideas, en concordancia con la estructura organizativa del PALNORTE S.A.S, las comunicaciones por los medios y con los objetivos antes descritos, están direccionadas por la dirección de la fundación FUNPALCAT.