

	COMUNICACIONES	Código: DG-CO-01
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	Versión: 01
		Fecha: 04/06/2024

1. OBJETIVO GENERAL

Ofrecer los lineamientos para qué, mediante procesos de comunicación en sus diferentes ámbitos, se construyan y gestionen las relaciones internas y externas de **PALMAS OLEAGINOSAS BUCARELIA SAS**, además de asegurar la difusión e intercambio oportuno, transparente y eficaz de la información de con los diferentes grupos de interés.

2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Contribuir a fortalecer las relaciones con los grupos de interés.
- Procurar espacios en la agenda pública de los medios masivos de comunicación que permitan intercambiar información relevante de los procesos misionales de la compañía.
- Generar posicionamiento de marca con base en la orientación estratégica de desarrollo sostenible para la región, el enfoque social y comunitario de Bucarelia con el fin de fortalecer la identidad y estar en la mente de nuestro grupo objetivo.
- Contribuir a la mejora del Clima Organizacional y al fortalecimiento de la Cultura Organizacional.
- Desarrollar medios apropiados a cada audiencia.
- Cuidar el uso apropiado de la Imagen Visual Institucional de Palmas Oleaginosas Bucarelia.
- Fortalecer la identidad e imagen visual tanto al interior como al exterior de la compañía.
- Identificar escenarios propicios para el reconocimiento de la marca.
- Identificar Mensajes Clave y estructurar su forma de divulgación.
- Revisar la producción textual de Bucarelia de tal forma que se presente siempre de forma consistente.

3. ALCANCE

La Política de Comunicación de **PALMAS OLEAGINOSAS BUCARELIA SAS** es transversal y estratégica. Está orientada a articular las relaciones de todas las áreas de la estructura organizacional de forma multidimensional, buscando la participación en los procesos administrativos, operativos y logísticos; todo lo anterior enmarcado en el plan estratégico de comunicaciones desarrollado por la compañía.

	COMUNICACIONES	Código: DG-CO-01
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	Versión: 01
		Fecha: 04/06/2024

Por consiguiente, desde la Coordinación de Comunicaciones debe abordarse todas las áreas que hacen parte de la estructura organizacional, con el fin de concientizar y dar a conocer a las partes interesadas la gestión que realiza la organización entorno al cumplimiento de la misión y la visión.

4. DESARROLLO DE LA POLÍTICA

4.1 DEFINICIÓN

La política de Comunicación se aborda como necesidad fundamental de la organización y es transversal a su quehacer. Se definen en ella los lineamientos para conducir las acciones de comunicación que contribuyan a fortalecer la identidad corporativa y desarrollar espacios de encuentro, intercambio y participación. Busca también articular el trabajo de todas las áreas que forman parte de la estructura organizacional, y aunque son independientes generan sinergias valiosas en el trabajo colaborativo.

4.2 PRINCIPIOS

- **Transparencia** – Este principio exige una comunicación coherente con las características y formas de actuar de PALMAS OLEAGINOSAS BUCARELIA, de tal manera que las audiencias generen credibilidad y sepan que cuando se emiten mensajes estos se fundamentan en la identidad corporativa.
- **Veracidad** – Partimos de una comunicación sencilla, real y fundamentada donde primará siempre el decir la verdad, el ser honestos.
- **Relevancia** – Se seleccionan mensajes claves, que sean relevantes para cada grupo de audiencia de tal forma que no se sature a las personas con información que no le resulte de interés o que no esté adecuada para su nivel de interpretación.
- **Planeación** – Los efectos de cualquier proceso comunicativo resultan más claros si se han identificado las necesidades puntuales de comunicación, se han establecido objetivos y se tiene claridad en lo que se quiere comunicar y en cómo hacerlo. Diseñar un plan de acción, definir audiencias, saber cuáles son los medios apropiados es fundamental para el diseño de una estrategia de comunicación adecuada, idónea y efectiva.

Esta política se estructura a partir de 4 escenarios que pueden ser planteados como políticas específicas:

1. Comunicación Corporativa

	COMUNICACIONES	Código: DG-CO-01
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	Versión: 01
		Fecha: 04/06/2024

2. Comunicación Interna
3. Comunicación Externa
4. Marca e Identidad Visual

5. DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA

LINEAMIENTOS:

- Los resultados y decisiones de las reuniones y/o comités de toma de decisiones de tipo directivo, deberán socializarse con los grupos de interés a quienes aplique las medidas o lineamientos. En caso de reuniones de socialización de resultados importantes deberá garantizarse la socialización con todas las partes interesadas.
- Los proyectos de carácter transversal, deben contar con planes de comunicación ajustados. Esto incluye temas como Autoevaluación, Clima Organizacional, Beneficios, Aprendizaje Significativo, etc.
- El manejo de una situación de crisis debe estar soportado por la Coordinación de Comunicaciones de manera coordinada con la Gerencia y los jefes del proceso que corresponda.

6. DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN INTERNA

LINEAMIENTOS:

- Para el proceso de comunicación interna es esencial reconocer y caracterizar los diferentes actores de comunicación y desarrollar mensajes específicos para cada audiencia.
- Todos tenemos algo para comunicar por lo que es fundamental que nos consideremos agentes de comunicación y estemos dispuestos a compartir la información con otros.
- La Comunicación Interna es un proceso, no un evento, ni una herramienta.
- Los medios de comunicación interna deben ser dinámicos y cambiantes. En este sentido, se deben evaluar de manera constante para asegurarse que el público los está apropiando.
- Se desarrollarán procesos que permitan entender como fluye la comunicación en la organización y que también faciliten la participación.

	COMUNICACIONES	Código: DG-CO-01
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	Versión: 01
		Fecha: 04/06/2024

- Se pondrán a disposición medios oficiales internos de comunicación que serán actualizados permanentemente y que deben llegar de forma masiva a todos los trabajadores.

7. DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN EXTERNA

LINEAMIENTOS:

- PALMAS OLEAGINOSAS BUCARELIA SAS busca ser reconocida por lo que es y lo que hace.
- Busca fortalecer la relación con los medios de comunicación para posicionar la imagen de la compañía a nivel local y regional.
- La gestión de la comunicación externa se basa en la selección de canales adecuados (redes sociales, nuevos medios digitales, Página web, prensa escrita, etc.) con el fin de divulgar ampliamente la información relevante que se produce al interior de la compañía.
- En caso de una situación de crisis, el vocero será el Coordinador de Comunicaciones
- La relación con los proveedores se regirá por la garantía y esfuerzo constante de demostrar el interés y compromiso para atender todos los requerimientos y orientar adecuada y satisfactoriamente sus inquietudes.
- Las respuestas a los requerimientos o peticiones de las partes interesadas serán personalizadas, oportunas y sin evasivas, garantizando la precisión y calidez del lenguaje corporativo.
- Las comunicaciones oficiales se producirán en los formatos de correspondencia preestablecidos en la compañía y deben ser autorizados por los responsables.
- Se definirán y promoverán todos los criterios para el manejo de la información, cuidando la imagen corporativa y confidencialidad.

8. DE LA POLÍTICA DE IMAGEN E IDENTIDAD VISUAL

LINEAMIENTOS:

- La Coordinación de Comunicaciones, sustentado en el Manual de Identidad Visual tiene la responsabilidad de velar por el buen uso de la imagen visual de compañía.

	COMUNICACIONES	Código: DG-CO-01
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	Versión: 01
		Fecha: 04/06/2024

- Toda pieza gráfica que se quiera publicar debe ser idealmente diseñada por el Coordinador de Comunicaciones, si se desarrolla de manera independiente por el área se debe someter a la evaluación y ajustes propuestos por el Coordinador de Comunicaciones.
- La imagen visual de **PALMAS OLEAGINOSAS BUCARELIA SAS** es institucional y se han establecido colores identificadores para su imagen. Esto cumple el propósito de tener una identidad visual unificada y evita la proliferación de símbolos que difícilmente se asocien a la marca.
- El trabajo conjunto de las áreas es esencial para que la presencia de marca sea siempre en lugares relevantes y que se identifiquen con el quehacer de la compañía.

9. RESPONSABLES:

La Coordinación de Comunicaciones, será la principal gestora de la política. La implementación de la misma requiere un esfuerzo concertado con la Gerencia, directores, jefes y Coordinadores que comparten la responsabilidad, son las fuentes primarias de información y deben participar activamente en la producción de contenidos que son la razón de ser de la Comunicación.

10. EVALUACIÓN Y MEJORA CONTINUA:

Esta política y cada uno de sus componentes son sujetos a mejora continua. Este perfeccionamiento parte de los procesos de autoevaluación. Compete a la Coordinación de Comunicaciones, liderar la autoevaluación permanente de las mismas, así como la identificación de oportunidades de mejora.

CASTOR JET ACEVEDO ROJAS
Representante legal

	COMUNICACIONES	Código: DG-CO-01
	POLÍTICA DE COMUNICACIONES	Versión: 01
		Fecha: 04/06/2024

APROBACIÓN DE DOCUMENTOS

Elaborado por:	Revisado por:	Aprobado por:	Fecha de aprobación:
Coordinación de Comunicaciones	Dirección de Gestión Humana	Gerencia	26/07/2024

CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Responsable	Descripción del cambio	Fecha
1	Coordinación de Comunicaciones	Emisión Inicial	26/07/2024

