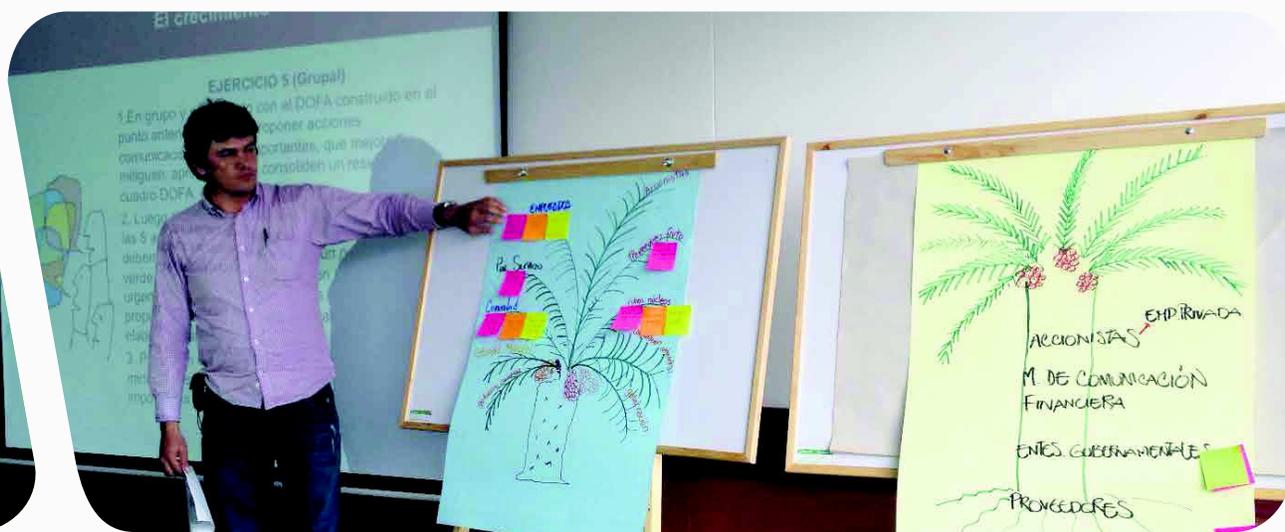


Talleres de Relacionamiento Estratégico desde los Núcleos Palmeros en la Zona Oriental



Por: **Camila Escallón Escallón**, Especialista de Relaciones Corporativas Fedepalma.

La divulgación de la buena imagen del sector es tarea de todos y los frutos serán grandes, si se logra mejorar en los grupos de interés la percepción que se tiene de la actividad palmera en el país. Es por esto que Fedepalma, ha diseñado los talleres de Relacionamiento Estratégico desde los Núcleos Palmeros: “Construyendo un entorno fértil para el negocio”, que se dictarán en todas las zonas palmeras, con el propósito de fortalecer el relacionamiento con las comunidades de su entorno.

Este proyecto inició con éxito en la Zona Oriental, donde participaron representantes de Palmar de Altamira, Palmeras Santana, Alianza del Humea, Unipalma, Hacienda La Cabaña, Alianza Oriental, Aceites Manuelita, Agropecuaria Santa María y Entrepalmas.

Miguel Ángel Ibarra, quien ha trabajado como asesor estratégico en comunicación para la gestión de riesgo del Oleoducto Bicentenario y ha coordinado la implementación de estrategias de mercadeo y nuevos negocios para Transmilenio, es el consultor encargado de dictar estos talleres.

El propósito es orientar a los palmicultores, para que a través de los núcleos palmeros fortalezcan las relaciones con las comunidades de su entorno, basados en la comunicación estratégica como elemento que aporta al mejoramiento de su negocio.

Durante la jornada, se realizaron ejercicios interactivos para la construcción de un mapa de los grupos de interés de las empresas de la región y su interacción con ellos. Es un espacio para conocer las buenas prácticas empleadas por las diferentes empresas en materia de comunicación, y establecer alianzas entre los núcleos palmeros para el trabajo conjunto de relacionamiento con la comunidad.

Las empresas palmeras llevan a cabo un sin número de actividades de comunicación, muchas veces sin siquiera contar con equipos de comunicaciones consolidados. Este taller busca resaltar estas iniciativas y presentar una metodología que ayude a comunicar sus mensajes de una manera más estratégica y eficiente. Con satisfacción se resalta la variedad de perfiles de los asistentes a este taller, donde se contó con la presencia de gerentes, encargados de fidelización y apoyo a proveedores, directores de planta extractora, responsables de responsabilidad social empresarial y de recursos humanos.

El encuentro permitió resaltar la importancia de entender quiénes son mis vecinos y qué nos vincula con las comunidades; generamos utilidades para la organización, y así se genera empleo y riqueza en las comunidades a nuestro alrededor. Adicional a esto, se debe reconocer la necesidad de equipos de trabajo de alto rendimiento que en muchas ocasiones provienen del entorno. Además, de identificar socios y aliados para el negocio dentro de estos grupos, y a través de la agroindustria de la palma de aceite participar en el desarrollo sostenible de aquellos que habitan cerca a las empresas.

Una vez se ha entendido esto, se puede trabajar en los diferentes niveles de aporte de la comunicación al negocio, pues inicialmente su propósito es informar, pero una vez se consolida la estratégica de relacionamiento, la comunicación se convierte en una herramienta participativa que permite motivar e interactuar con los diferentes públicos de interés. Para que la comunicación sea realmente efectiva y estratégica, debe ser consciente, proyectiva, contextualizada, direccionada, metodológica, innovadora y participativa, y se espera que estos talleres ayuden a que los Núcleos Palmeros logren esto.



La meta es mejorar el relacionamiento de la agroindustria palmera con las comunidades, instituciones y demás actores del entorno gracias a la construcción de una reputación más consolidada. La Federación tiene un rol importante en esta tarea a nivel nacional, pero a nivel local es tarea de los Núcleos Palmeros.

Fedepalma invita a las empresas y Núcleos Palmeros, a usar los canales de la Federación, como son el Boletín El Palmicultor, la Revista Palmas, la página web y muy pronto, las redes sociales, que son excelentes espacios para compartir las buenas iniciativas de comunicación y relacionamiento que se tienen en el sector.