



Este documento contiene recolección,  
análisis y resultado del proceso  
actualización del Estudio de Impacto  
Social de Palma y Trabajo, Olegainosas  
El Yuma y Progreso Palmero

# ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL

Versión 2025- 20227

DEPARTAMENTO DE SOSTENIBILIDAD  
AREA DE GESTIÓN SOCIAL





## EL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL

El Estudio de Impacto Social es un ejercicio que se realiza cada dos años, con el fin de revisar posibles impactos de las actividades agrícolas y de extracción de aceite en las poblaciones aledañas a estas unidades de producción. Es uno de los insumos requeridos para formular el plan de gestión social y alerta a la compañía sobre influencias no deseables, que puedan traducirse en algún daño para la comunidad o conflictos con la misma.

### i. Área de influencia

El área de influencia directa de las empresas Palma y Trabajo, Oleaginosas El Yuma y Progreso palmero está determinada por la ubicación de sus áreas de producción (fincas y extractora) y los lugares de procedencia de sus trabajadores. De esta forma se tiene que, las actividades de recolección de información para la actualización del Estudio de Impacto Social se dieron en los corregimientos de Puente Sogamoso y El Pedral, del municipio de Puerto Wilches (Santander).

### ii. Herramientas utilizadas

Se aplicó una encuesta presencial a miembros de las comunidades de ambas poblaciones, trabajadores, proveedores de fruta y de bienes y servicios. A continuación, se presentan los resultados.

## I. IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS

### a) Impactos en las comunidades – Primer momento

Por comunidades se entienden los poblados ubicados en el área de influencia de cada una de las fincas propias de la empresa y familias no nucleadas, que comparten linderos físicos con las mismas; A este último actor social lo identificamos como vecino o colindante. Para ambos actores sociales se utilizó la encuesta como herramienta de recolección de información, para responder al primer momento del ejercicio.

- **Ficha técnica**

Se utilizó la misma siguiente ficha técnica, tanto para encuestas a comunidades ubicadas en centros poblados, como a los colindantes.

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A COMUNIDADES	
<b>No. de encuestas</b>	Número encuestas aplicadas en Puente Sogamoso: 142
	Número encuestas aplicadas en El Pedral: 42
	Colindantes: 11
<b>Municipios</b>	Puerto Wilches, Santander
<b>Corregimientos/veredas/barrios</b>	
Corregimiento de Puente Sogamoso	<b>No. de encuestas:</b>

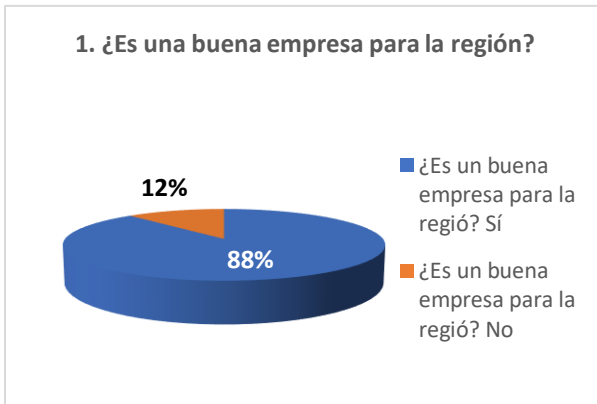
			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

Corregimiento del Pedral	<b>No. encuestas:</b>
<b>Forma de aplicación</b>	Presencial
<b>Fecha</b>	Noviembre, diciembre 2024

- **Sistematización y análisis de datos**

De lo anterior, se tuvieron los siguientes resultados:

**1. ¿Cree que Palma y Trabajo y Oleoyuma han sido buenas empresas para la región? (Opciones de respuestas: si, no, ¿por qué?)**



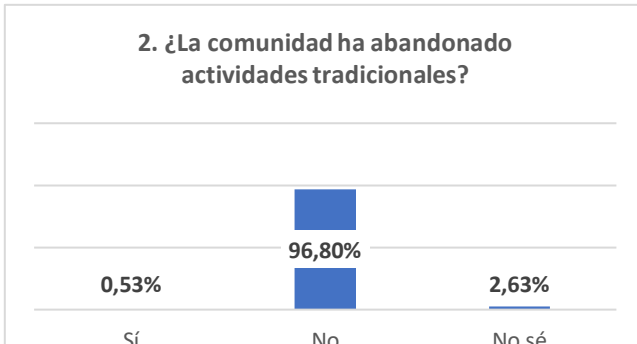
El 88% de los encuestados contestó que son buenas empresas, para el 22% no lo son. Las respuestas positivas están basadas en las siguientes percepciones:

- Aporta al desarrollo de la región
- Tiene responsabilidad con trabajador
- Genera oportunidades de crecimiento para el trabajador
- Genera crecimiento para el comercio
- Genera empleo a mujeres y hombres

Las respuestas negativas se soportaron en los siguientes juicios:

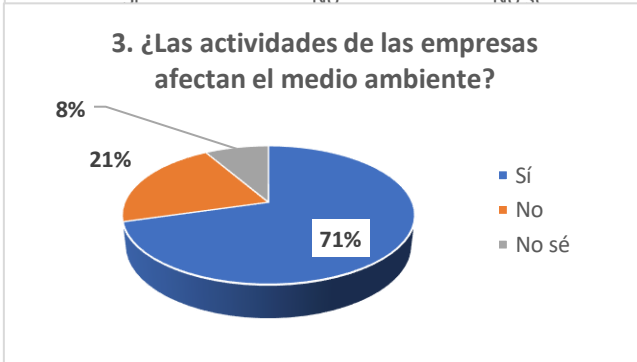
- Acaba con la biodiversidad
- No brindan ayudas sociales
- Malas prácticas ambientales
- Contaminación del aire

2. ¿Cree que por la presencia de Palma y Trabajo o de Oleoyuma, la comunidad tuvo que abandonar actividades tradicionales como cultivos, pesca, recolección de frutos, entre otros? (opciones de respuestas: Sí, No, ¿Por qué?)



El 96,8% de los encuestados contestó que la comunidad no se ha visto obligada a abandonar actividades tradicionales el 0,53% considera que sí y el 2,63% no sabe.

3. ¿Cree que las actividades de Palma y Trabajo o de Oleoyuma afectan el medio ambiente? (Opciones de respuestas: Sí, No)



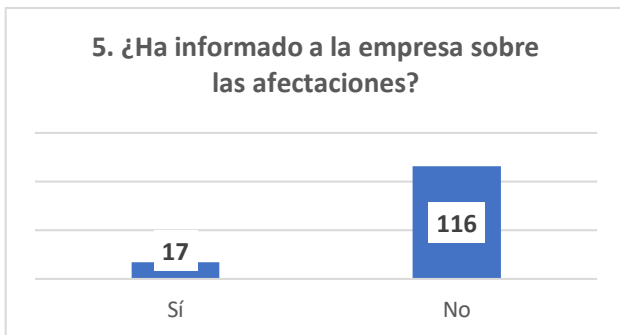
El 71% de los encuestados cree que las empresas Palma y Trabajo, Oleoyuma y Progreso palmero afectan el medio ambiente; el 21% afirmó lo contrario y el 8%, no sabe.

4. Si la respuesta anterior fue Sí, ¿Cuáles?

Las respuestas afirmativas estuvieron basadas en los siguientes criterios:

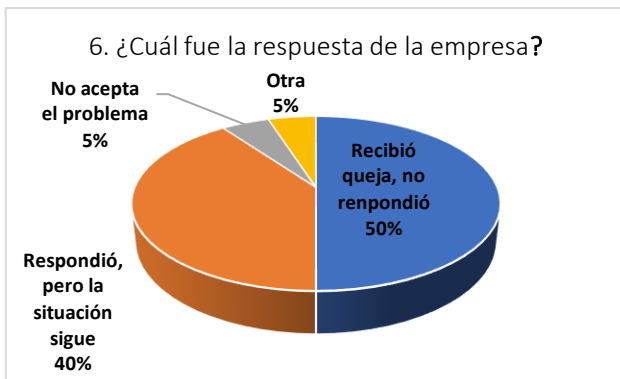
- Pérdida de biodiversidad
- Malos olores que expiden las lagunas de oxidación
- Emisión de gases
- Uso de agroquímicos
- Contaminación de aguas y suelo
- Contaminación del aire por emisiones de las calderas
- Contaminación de aguas subterráneas
- Contaminación de caños y quebradas
- Contaminación por humo de la planta extractora
- Desechos de la planta extractora (llegan al río)
- Deforestación

**5. Si la respuesta es Sí ¿ha informado o informó a las empresas sobre la situación que afecta o afectó a su comunidad? (opciones de respuesta: Sí, No)**



Ciento dieciséis (116) personas de las que contestaron de manera positiva afirmaron no haber informado a la empresa; diecisiete (17) contestaron que sí se han dirigido a la compañía con el fin de poner la queja por las situaciones que les aqueja.

**6. ¿Cuál fue la respuesta de la queja?**



De ese número de personas encuestadas, el 50% afirmó que la empresa recibió la queja; pero no respondió; el 40%, que la empresa respondió, pero la situación sigue igual; para el 5%, la empresa no acepta el problema y el 5% restante no aclara cuál fue la respuesta o actitud de las compañías.

**7. Si la respuesta es No, ¿por qué? (Opciones de respuestas: no tengo tiempo; no sé a quién dirigirme, no quiero tener problemas con la empresa; Otra; ¿Cuál?)**



El 50% de quienes contestaron no haber presentado queja por los inconvenientes por falta de tiempo, el 40% no sabe a quién dirigirse y el 5% no quiere tener problemas con la empresa; 5% no aclara sus razones para no presentar la queja.

**8. ¿Usted o algún miembro de su familia ha trabajado en Palma y Trabajo o en Oleoyuma? (Opciones de respuestas: Sí, No)**

El 50,5% de los encuestados ha tenido relación laboral directa con algunas de las compañías o a través de algún familiar. El 48,9% respondió de manera negativa.



**9. Si la respuesta es Sí ¿la considera un buen patrón? (Opciones de respuesta: Sí, No, No sé. Explique la respuesta)**

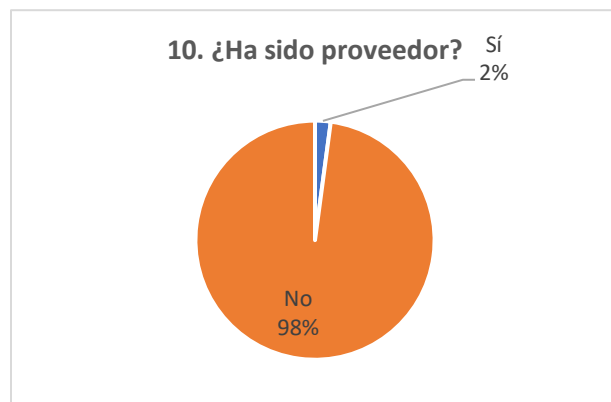
El 86% de las personas que han tenido experiencia laboral con algunas de las empresas, de manera directa o a través de algún familiar, considera que son buenos patrones; el 7% dice que no lo es y el 2% no sabe. Las respuestas fueron justificadas con los siguientes criterios:

<b>¿Por qué es un buen patrón?</b>	<b>¿Por qué no es un buen patrón?</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es una empresa que se preocupa por el bienestar de los trabajadores</li> <li>• Brinda el salario de todos los demás palmeros</li> <li>• Reconocen los logros del trabajador</li> <li>• Brindan oportunidad de ascender dentro de la empresa</li> <li>• Hay estabilidad económica</li> <li>• Es un excelente ambiente laboral</li> <li>• Brindan apoyo y crecimiento profesional</li> <li>• Pagos puntuales</li> <li>• Brindan oportunidad a las mujeres</li> <li>• Respetan a los trabajadores</li> <li>• Los jefes son respetuosos con los trabajadores</li> <li>• Empresa democrática</li> <li>• Brindan empleo a jóvenes sin experiencia</li> <li>• Permite la libre expresión de los trabajadores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No emplean de inmediato a los trabajadores</li> <li>• No los vuelven a llamar para trabajar</li> <li>• Mal salario a personal con experiencia</li> <li>• Contratos por muy poco tiempo</li> <li>• Persecución laboral</li> </ul>

**10. ¿Es o ha sido proveedor de Palma y Trabajo, Oleoyuma o Progreso Palmero? (Opciones de respuestas: Sí, No)**

De 190 personas encuestadas, sólo 4 afirman haber sido proveedores de alguna de estas empresas.

**11. En los últimos dos años ¿Usted o algún miembro de su comunidad ha tenido dificultades con Oleoyuma o Palma y Trabajo por tierra? (Opciones de respuesta: Sí, No)**



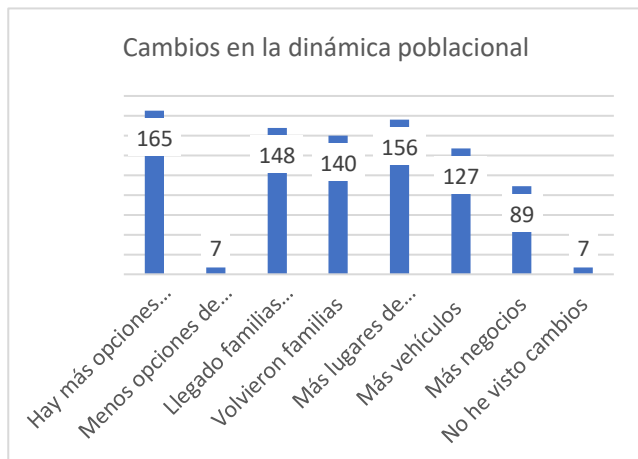
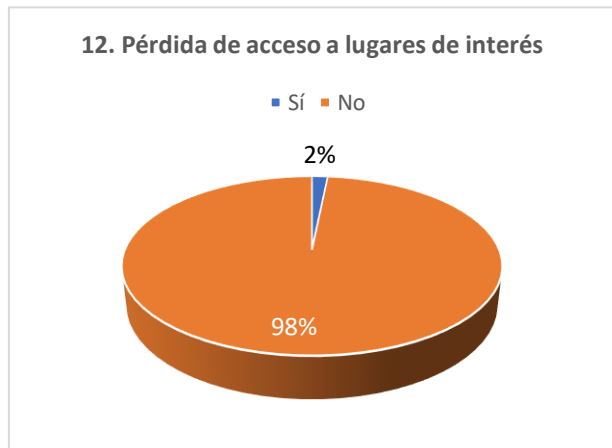
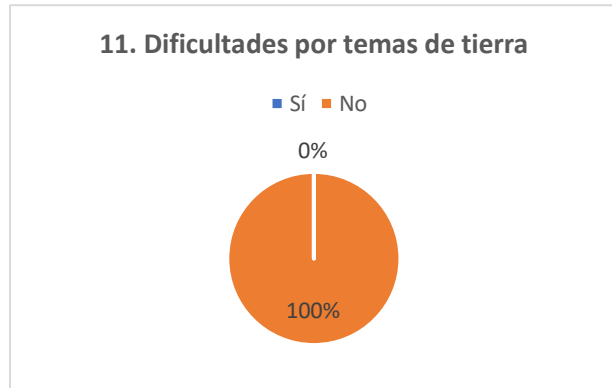
El total de los encuestados afirmó que la comunidad no tiene dificultades por temas de tierra con las empresas Oleoyuma o Palma y Trabajo.

**12. En los últimos dos años ¿Usted o su comunidad han perdido acceso a tierra, caminos, playones, lugares de pesca, fuentes de agua o algún otro recurso? (Opciones de respuesta: Sí, No)**

El 98% de los encuestado afirma que su comunidad no ha perdido acceso a tierra, caminos, playones y otros lugares de interés como resultados de actividades desarrolladas por la empresa.

**13. En los últimos dos años, como consecuencia de alguna actividad desarrollada por Oleoyuma o Palma y Trabajo, Usted o su comunidad ha presenciado incremento en: (Opciones de respuestas: hay más opciones trabajo, menos opciones de trabajo, han llegado familias de otras regiones, retornaron familias que habían emigrado, hay más lugares de esparcimiento, más vehículos en las vías alternas, un mayor número de negocios, no he visto cambios)**

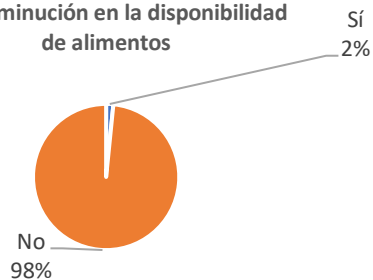
La opción con mayor frecuencia fue “hay más opciones de trabajo”; seleccionadas por 165 encuestados. Ciento cincuenta y seis (156) encuestados anotó que el cambio más notable ha sido la creación de nuevos lugares de esparcimiento. Ciento cuarenta y ocho (148) ha visto llegar familias de otras regiones. Ciento veintisiete (127) manifestaron que hay un mayor número de vehículos en la vía. Ochenta y nueve (89) anotó que se han creado más negocios. Las opciones “hay menos opciones de trabajo” y “no he visto cambios” fueron seleccionadas, cada una, por siete (7) personas encuestadas.





**ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025**  
Vigencia: 2025 - 2027

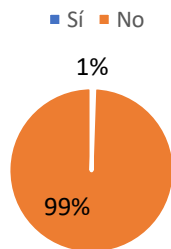
**14. Disminución en la disponibilidad de alimentos**



**14. En los últimos dos años, como consecuencia de la existencia de Palma & Trabajo o de Oleaginosas El Yuma, Usted o su comunidad ha notado disminución en la disponibilidad de alimentos? (Opciones de respuestas: Sí, No)**

El 98% de las personas contestó no haber notado disminución en la disponibilidad de alimentos.

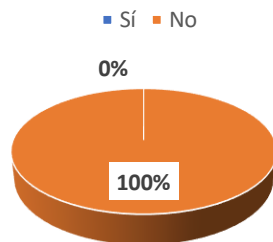
**15. Presencia de niños en las plantaciones**



**15. ¿Ha sabido de niños trabajando en plantaciones de la empresa o en fincas que le venden a la empresa? (Opciones de respuestas: Sí, No)**

El 99% de las personas contestó no haber sabido de niños en las plantaciones de la empresa o en las fincas que le venden sus frutos.

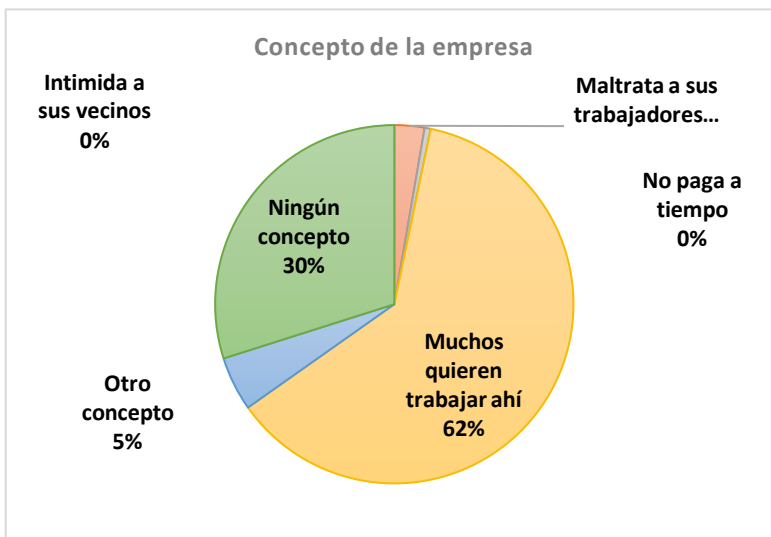
**16. Trabajadores obligados a permanecer en la empresa o en la región**



**16. ¿Ha sabido de trabajadores a los que alguna de nuestras empresas - Oleoyuma, Palma y Trabajo o Progreso palmero - le ha impedido salir de la plantación o de la región? (Opciones de respuestas: Sí, No)**

El 100% confirmó no haber visto este tipo de comportamientos en ninguna de las empresas.

**17. ¿Con cuál de estas expresiones Usted o su comunidad relaciona a Palma y Trabajo y Oleoyuma? (Opciones de respuestas: Una empresa que intimida a sus vecinos, una empresa que maltrata a sus trabajadores, una empresa que no paga a tiempo, una empresa en la que muchos quieren trabajar Otro concepto ¿Cuál?, no tengo ningún concepto)**



El concepto que más se repitió fue “muchos quieren trabajar ahí” (62%). El 30% expresa que no tiene concepto alguno de las empresas. Ninguno de los encuestados afirmó percepciones relacionadas con maltrato a trabajadores o intimidación a los vecinos.

**18. ¿Hay alguna iniciativa (proyecto) o dificultad en cuya solución, la comunidad quisiera que participáramos o aportáramos? Las iniciativas con mayor frecuencia son:**



- Actividades deportivas a personas con discapacidad
- Actividades lúdicas y deportivas para el adulto mayor
- Actividades recreativas y culturales para toda la población; especialmente, para los niños
- Talleres para crear emprendimiento
- Aporte al mantenimiento de vías internas
- Disponer de áreas en la finca para que los estudiantes realicen prácticas

- Apoyo a mujeres que quieren ingresar a la actividad agrícola
- Becas para jóvenes en etapa universitaria
- Formación en oficios deportivos para mujeres y jóvenes
- Mejoramiento del alcantarillado
- Apoyo para la creación de un centro hospitalario

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

**b) Impacto en las comunidades - Segundo momento**

Como segundo momento se entiende el proceso de devolución de la información colectada y analizada a partir de las encuestas, con el fin de asegurarnos una coincidencia real entre las situaciones comunicadas y las evidenciadas como resultados del estudio.

ASISTENCIA AL TALLER DE DEVOLUCIÓN DE INFORMACIÓN	
Fecha: 4/04/2025	Lugar: auditorio Oleoyuma
Asistente	Cargo/rol social
Jaime Enrique Páez Collante	Parroquia San José
Nidia Rosa Caamaño	Presidente de JAC Defensa Civil
Ana María García Martínez	Presidente de JAC Arco Iris
Floralba Sánchez	Presidente de JAC 23 de enero
Cecilia Caamaño Guevara	Presidente de JAC La Cascajera
Oscar Jiménez	Escuela de padres Colegio Agropecuario
Lisbeth Tatiana Archila Jiménez	Presidenta de JAC Bellavista
Jorge Leonardo	Representa de la Defensa Civil
José Antonio León	Representante de JAC 12 de octubre
Marisol Osma	Presidente de JAC Barrio Las Palmas
Celmira Gómez Luna	Colindante
Omar Marín Marón	Colindante
Javier Marín	Colindante
Salvador Corredor Vicaria	Líder social de comunicaciones
Adelaida del Carmen Romero	Representante de JAC El Pedral

Se presentaron los resultados obtenidos de las encuestas y éstas fueron las percepciones:

¿QUÉ INFORMACIÓN SE CONFIRMÓ?		¿QUE INFORMACIÓN GENERÓ DUDAS?	
Impactos positivos	Impactos negativos	Impactos positivos	Impactos negativos
No se han visto obligados abandonar actividades tradicionales	Malas prácticas ambientales		Uso de agroquímicos
			Es una empresa que maltrata a los trabajadores

El segundo momento también sirvió para que los actores sociales vinculados al proceso presentaran requerimientos de apoyo por parte de la empresa:



- Realizar reductores de velocidad y establecer más iluminación y señalización en las vías internas y externas
- Pedir a los conductores de los vehículos que transportan la fruta, que sean más cuidadosos en su paso por el corregimiento
- Apoyo a proyectos de cultivos alternativos pan coger como la yuca, plátano que lo administre una asociación y la empresa ofrezca la tierra
- Respuestas más rápidas de la empresa ante quejas/solicitudes
- El desarrollo de un proyecto de vivienda para los trabajadores
- Que la empresa se vincule a algún proyecto de infraestructura

c) Impacto en los trabajadores

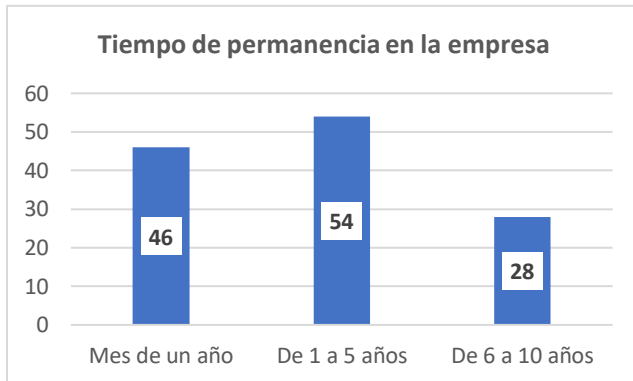
- **Ficha técnica**

La siguiente es la ficha técnica de la encuesta aplicada a trabajadores agrícolas y de planta extractora de Palma y Trabajo, Oleaginosas El Yuma y Progreso Palmero.

<b>FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A TRABAJADORES</b>	
<b>No. de trabajadores encuestados</b>	128
<b># de trabajadores encuestados / empresas</b>	
Oleoyuma	63
Palma y Trabajo	28
Progreso palmero	37
<b>Forma de aplicación</b>	Presencial
<b>Fecha</b>	Noviembre, diciembre 2024

- **Sistematización y análisis de datos**

De la aplicación de las encuestas, se tuvieron los siguientes resultados:

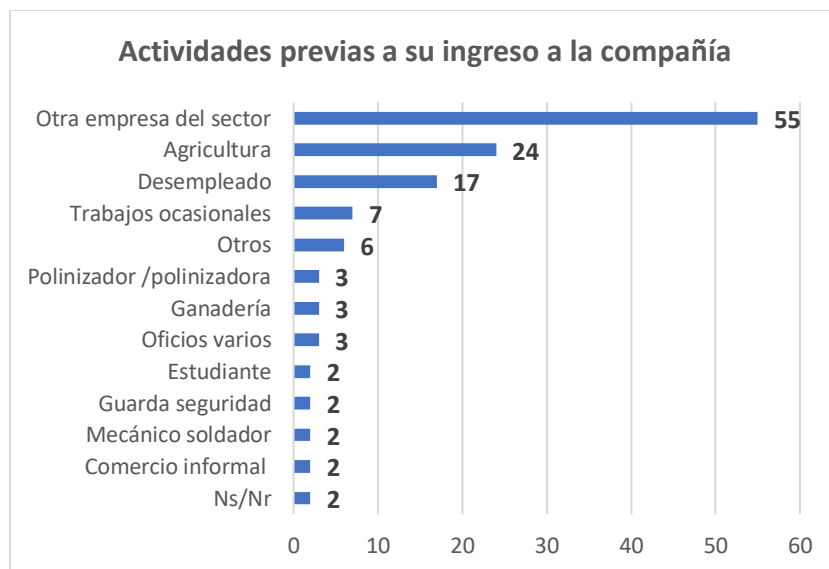


**1. ¿Hace cuánto se vinculó a la empresa?**

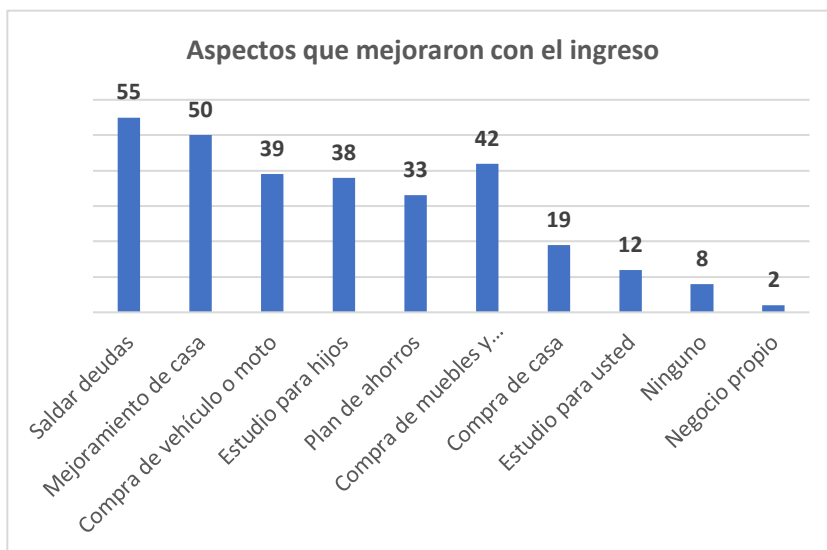
La mayoría de los trabajadores encuestados (54) tienen una antigüedad de 1 a 5 años en la empresa; cuarenta y seis (46) un año o menos y veintiocho (28) de 6 a 10 años.

**2. ¿A qué se dedicaba antes de ingresar a la empresa?**

La mayoría de los trabajadores estuvieron previamente vinculados a otras empresas del sector (55); le siguen quienes estaban dedicados a diferentes labores agrícolas, de manera autónoma (24); desempleados (17); dedicados a trabajos ocasionales (7) y otras actividades como polinizadores, manejo de ganadería, estudiante, guarda de seguridad, mecánico; comerciante informal.



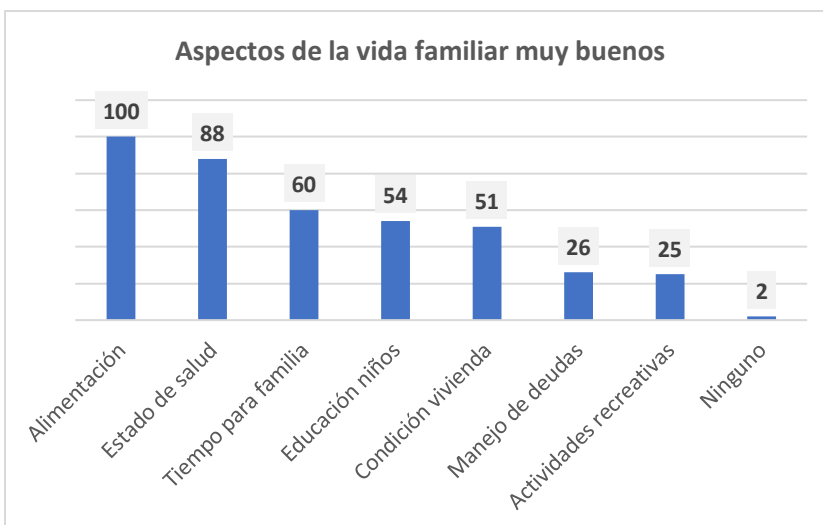
**3. De los siguientes cambios, diga cuáles ha logrado después de su ingreso a la empresa. Puede escoger más de uno**



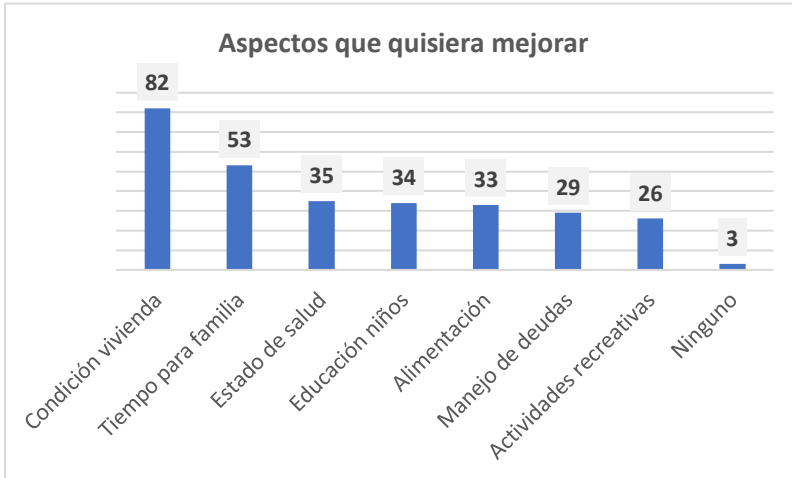
La posibilidad de saldar deudas es el primer aspecto que se anota como cambio logrado después del ingreso a la empresa (55). Le siguen quienes han mejorado sus viviendas (50); quienes han mejorado el equipamiento de sus viviendas, a partir de la compra de muebles y enseres (42); quienes han comprado vehículo o moto (39); las personas que han podido ofrecer estudios posteriores a la educación secundaria (38); los trabajadores que llevan un

plan de ahorros (33); los trabajadores que han adquirido vivienda (19) y quienes han iniciado estudios (12). Algunas personas han iniciado negocio propio (2) y otros que no detectan mejoramiento en ningún aspecto de sus vidas (8).

**4. ¿Qué aspectos de su vida y la de su familia considera usted que son muy buenos? Puede contestar más de una opción**



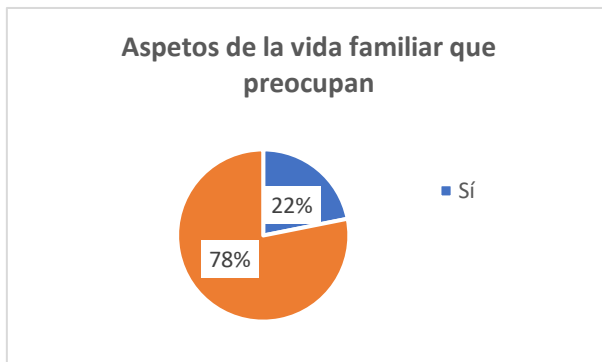
En el momento de la aplicación de la encuesta, la mayoría de los trabajadores (100) establecieron la alimentación como un aspecto "muy bueno" en la vida de la familia. Le siguen el estado de salud; el tiempo para la familia; la educación de los niños y la condición de la vivienda. Con menos frecuencia, aparecen el manejo de dudas y las actividades recreativas. Dos trabajadores consideraron que ninguno de los aspectos de sus vidas es muy bueno



**5. ¿Qué aspectos de su vida y la de su familia quisiera mejorar?**

Las condiciones de la vivienda es el aspecto de la vida del trabajador con más frecuencia fueron, las condiciones de la vivienda (82 trabajadores); el tiempo para la familia (53); su estado de salud (35), la educación de los niños (34); alimentación (33); manejo de deudas (29); actividades recreativas (26) Ninguno (3)

**6. ¿Qué aspectos de su vida o la de su familia le preocupan?**

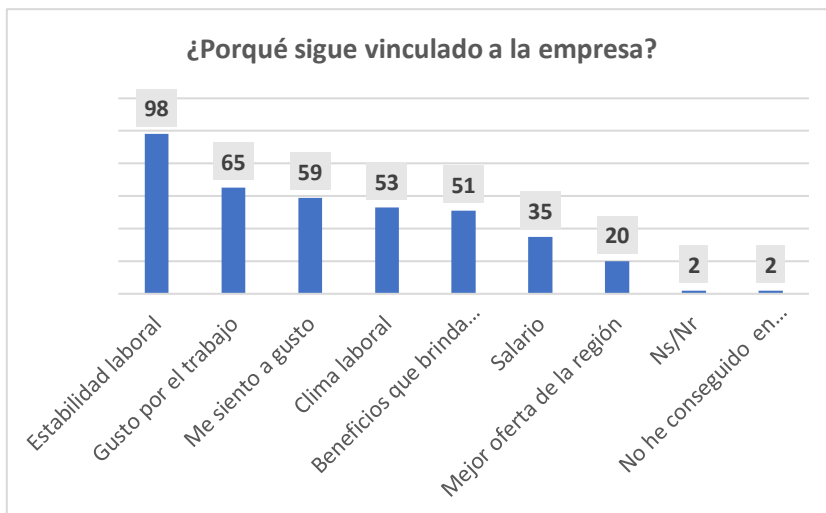


El 78% de los encuetados no identifica un aspecto preocupante en su vida o en la de su familia. Entre las situaciones que el 22% anotó como preocupaciones están:

- El estado de la vivienda
- El futuro de los hijos
- La Situación económica
- No tener una vivienda
- Salud de la pareja o de un familiar cercano (hermanos, padres)
- Mi estado de salud
- Consumo de alcohol de los hijos
- Dificultad para el crecimiento profesional propio
- Bienestar de la familia

## 7. ¿Cuál (s) es la razón (es) por las que se ha mantenido vinculado a esta empresa?

La mayoría de los trabajadores se mantienen vinculados a la compañía por estabilidad laboral (98). Le siguen aquellos que les gusta su trabajo (65) y quienes se sienten a gusto en la empresa (59) y, específicamente, por su clima laboral (53 trabajadores). Cincuenta y un trabajadores están vinculados a la empresa por los beneficios que brinda la empresa; treinta cinco (35) por las condiciones salariales y veinte (20) porque es la mejor oferta laboral de la región. Dos (2) trabajadores contestaron que están en la empresa porque no han conseguido una oferta mejor y dos (2) no respondieron.



### b) Segundo momento

## Sugerencias de mejoramiento para la empresa

- La empresa debería tomar acciones por la contaminación del aire y del ambiente
- Posibilidad de préstamos para el trabajador
- Implementación de proyectos productivos y con fines empresariales como fabricación de galpones en predios de la empresa.
- Mejorar las señalizaciones donde hay semovientes
- Arreglar las vías internas de la empresa
- Capacitaciones de conciencia vial, señalizaciones de tránsito para los trabajadores y comunidad.
- Socializar con la comunidad todo lo que la empresa realiza desde el área social, ambiental y agronómico para que tengan conocimiento de lo que verdaderamente se ejecuta.

b) Impacto en proveedores de fruta

- **Ficha técnica**

La siguiente es la ficha técnica de la encuesta aplicada a trabajadores agrícolas y de planta extractora de Palma y Trabajo, Oleaginosas El Yuma y Progreso Palmero.

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A PROVEEDORES DE FRUTA	
No. de proveedores encuestados	56
Forma de aplicación	Presencial
Fecha	Noviembre, diciembre 2024

- **Sistematización y análisis de datos**

De la aplicación de las encuestas, se tuvieron los siguientes resultados:

1. **¿Cuál era su actividad económica antes de ingresar al sector de la palma?**



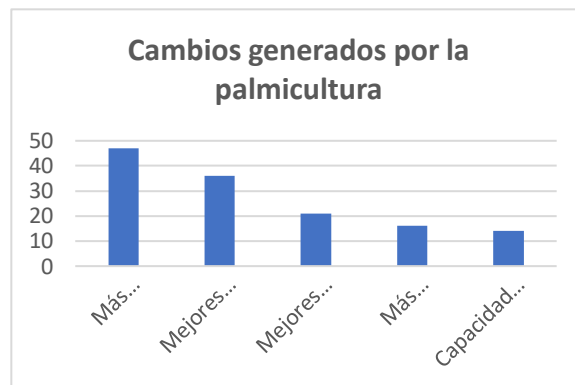
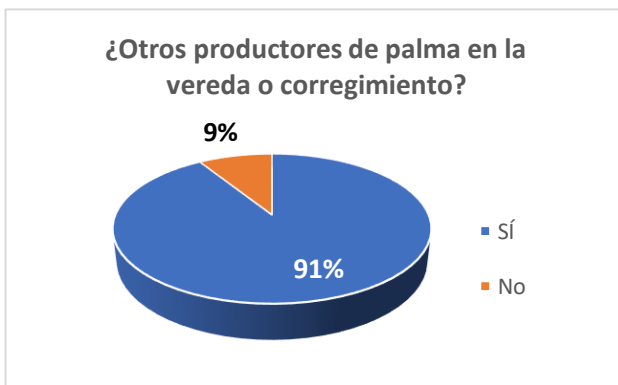
La mayoría de los encuestados (34), en porcentajes iguales, estaban dedicados, a la ganadería en pequeña escala y era empleados de otras empresas palmeras. Nueve (9) estaban dedicados

2. **¿Cree que Palma y Trabajo y Oleoyuma han sido buenas empresas para la región?**



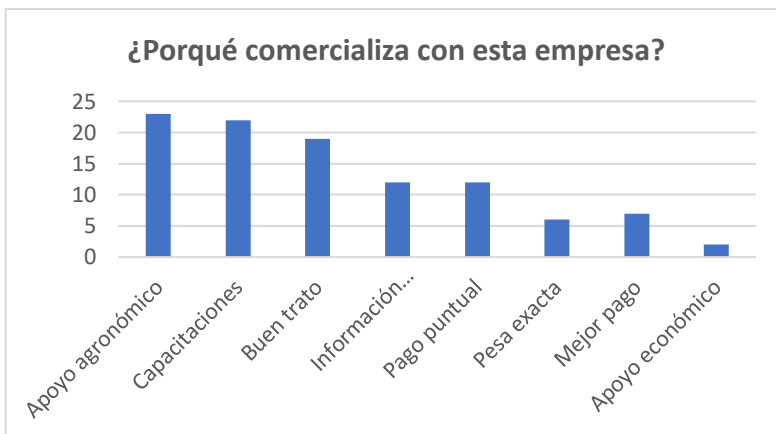
El 95% de los encuestados consideró que las empresas Palma y Trabajo, Oleoyuma y Progreso Palmeros son buenas empresas para la región; la base de esta percepción es su generación de empleos; al lado de otras valoraciones, tales como: acceso a préstamos para el proveedor, apoyo al pequeño productor; progreso económico para la región; precio en equilibrio y oportunidad para vender la fruta. A pesar de esto, hay un 5% que opina lo contrario, basado en la empresa “no paga a tiempo” y se refiere al pago de la fruta.

### 3. ¿Existen otros productores de aceite de palma en su comunidad?



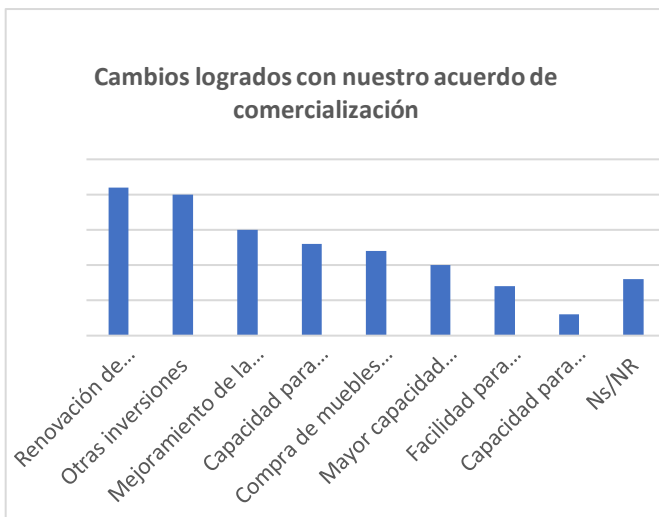
El 91% de los productores encuestados están ubicados en veredas en las que la palmicultura es una actividad económica importante y de la cual, ellos pueden identificar beneficios tales como, más fuentes de trabajo, mejores condiciones de vida; mejores viviendas y mayor desarrollo comercial.

**4. Seleccione dos (2) de las principales razones por las cuales comercializa su fruta con esta Compañía**



Las dos (2) razones por las cuales los productores prefieren comercializar con la empresa son el apoyo agronómico y las capacitaciones; en tercer lugar, el buen trato. Otras razones son: la entrega de información sobre el negocio, el pago puntual, la exactitud en el pesaje de la fruta, mejor pago y apoyo económico al proveedor.

**5. De los siguientes cambios, diga cuáles ha logrado después de que empezó a comercializar la fruta con nuestra compañía**



Los cambios más atribuidos a la comercialización de la fruta son; en su orden, la renovación de los cultivos, otras inversiones en el mismo predio, mejoramiento de las condiciones de la vivienda, capacidad para saldar deudas, compra de muebles y enseres, mayor capacidad de realizar actividades recreativas, facilidad para comprar insumos y herramientas, capacidad para ofrecer mejor educación a los niños.

**6. ¿Qué apoyo le pediría en este momento a la empresa?**

Entre otros, los productores solicitaron apoyo de la empresa en los siguientes términos:

- Regularidad en el pago, para poder pagar a los trabajadores
- Más asistencia técnica, orientación en agricultura
- Que inviertan en obras sociales que se vean reflejadas en las comunidades
- Apoyos económicos y acceso a maquinarias
- Más capacitaciones



c) Impacto en proveedores de bienes y servicios

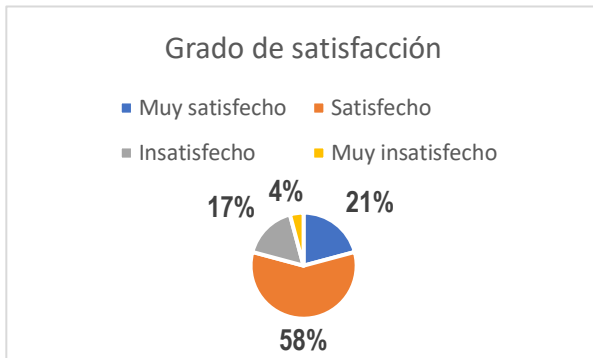
- **Ficha técnica**

La siguiente es la ficha técnica de la encuesta aplicada a trabajadores agrícolas y de planta extractora de Palma y Trabajo, Oleaginosas El Yuma y Progreso Palmero.

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA A PROVEEDORES DE BIENES Y SERVICIOS	
No. de proveedores encuestados	24
Forma de aplicación	Presencial
Fecha	Noviembre, diciembre 2024

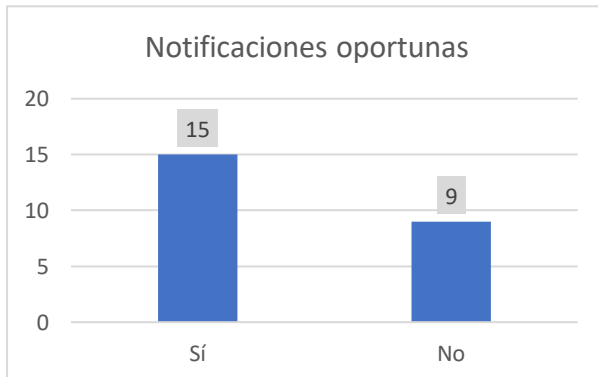
- **Sistematización y análisis de datos**

1. Grado de satisfacción del proveedor

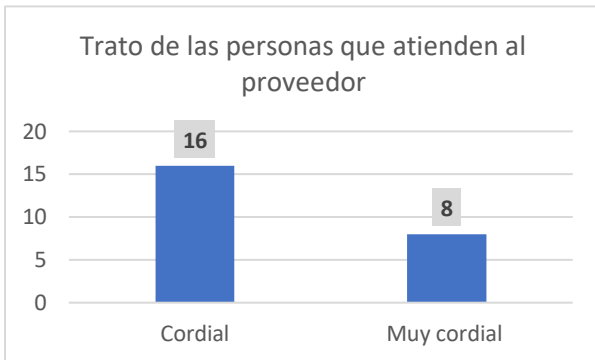


El 59% de los proveedores de bienes y servicios se encuentran satisfechos con la relación comercial con nuestras empresas; el 21% está muy satisfecho; un 17% se siente insatisfecho

2. Cuando el tiempo de pagos, por cualquier circunstancia, se ha extendido ¿ha recibido notificaciones oportunas?



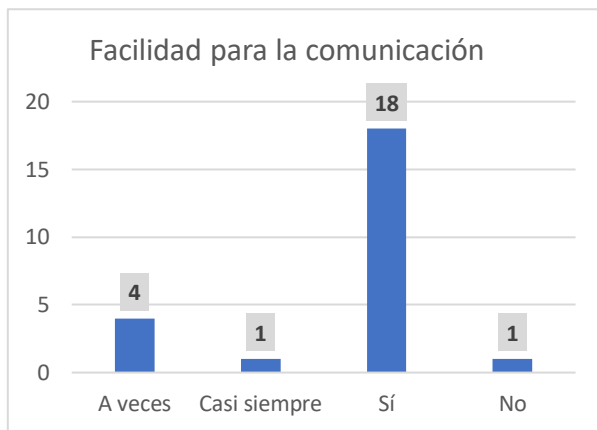
Quince, de 24 (68%) de los proveedores encuestados, confirmaron que reciben notificaciones oportunas cuando por cualquier razón, el pago de sus facturas va a exceder el tiempo establecido por la política de pagos.



**3. ¿Cómo evaluarías el trato y la cordialidad de las personas que lo atienden en la empresa?**

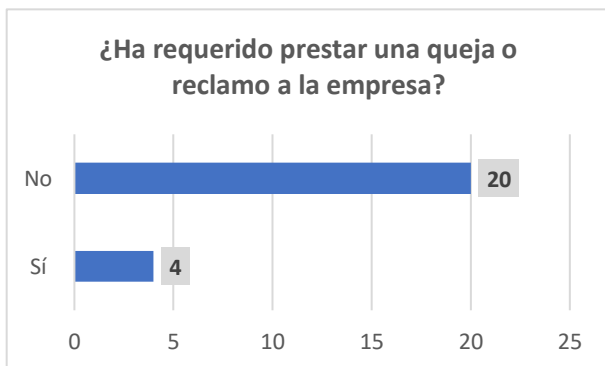
Dieciséis proveedores (66.6%) evalúa como “cordial” el trato que recibe de las personas encargadas de atender sus requerimiento, inquietudes o procesos. El 33.4% manifiesta que es un trato muy cordial.

**4. ¿Le resulta fácil comunicarse con la empresa? (por teléfono, correo, WhatsApp)**

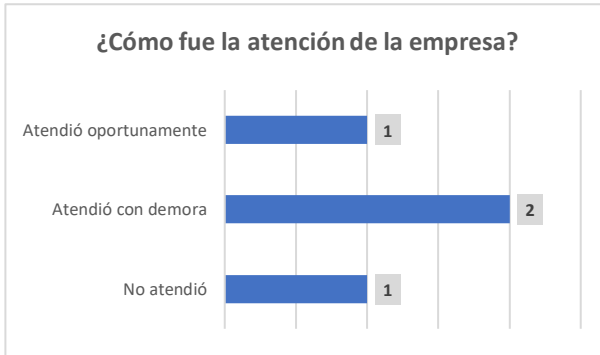


A Dieciocho (18) de veinticuatro (24); es decir, al 75% de los proveedores les resulta fácil comunicarse con las empresas.

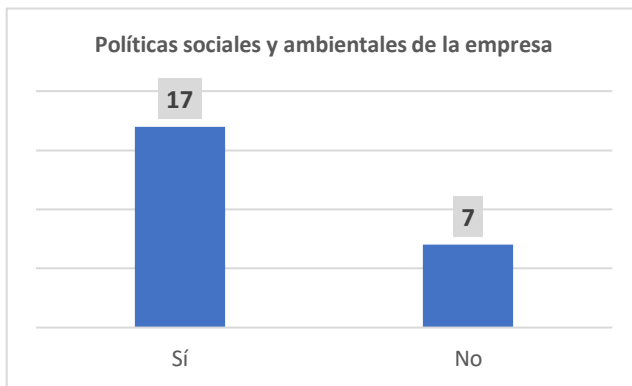
**5. En algún momento, ¿ha necesitado hacerle algún reclamo o presentarle una queja a la empresa?**



## 6. Si la respuesta es sí, ¿cómo fue la atención de la empresa?

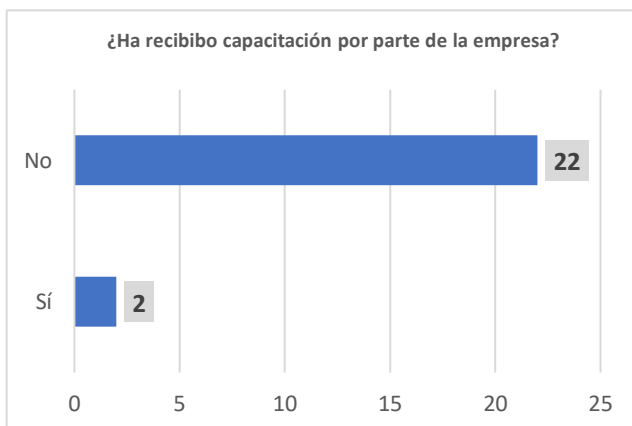


Sólo cuatro proveedores se han visto en la necesidad de elevar una queja ante la empresa. Sin embargo, la forma de respuesta de la empresa fue distinta para cada una de estas personas: en uno de los casos, no atendió; dos quejas fueron atendidas con demora y un proveedor manifestó que fue atendido en los tiempos establecidos.



## 7. ¿Conoce las políticas ambientales y sociales de la empresa?

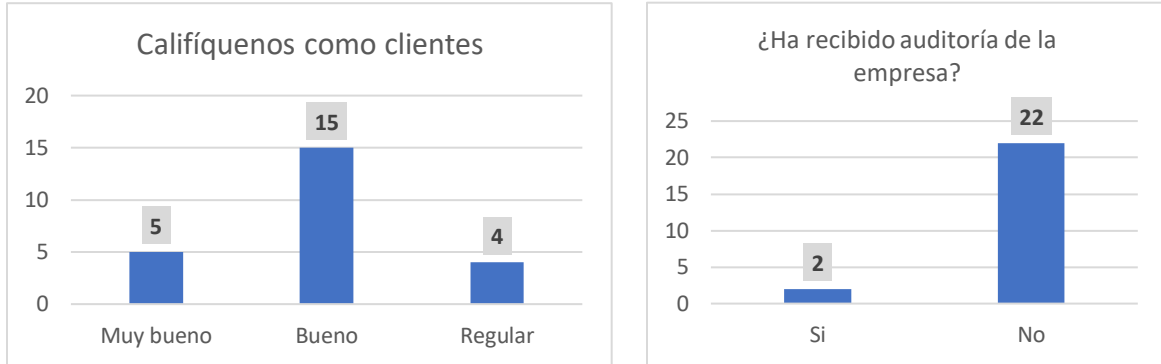
Diecisiete proveedores (70.8%) conoce las políticas ambientales y de la empresa.



## 8. ¿Ha recibido algún tipo de capacitación por parte de la empresa?

A pesar del resultado anterior, un número mayor de proveedores (91.6%) manifestó que no ha recibido capacitación por parte de la empresa y también el 91.6% contestó que no ha recibido auditoría de proveedores por parte nuestra; lo que hace pensar en que puede existir un desconocimiento profundo sobre el tema, más que un conocimiento real del mismo.

## 9. Califiquenos como cliente



El 62.5% de los proveedores encuestados nos considera buenos clientes; el 20.8% nos cree muy buenos clientes y el 16.6 % proveedores regulares, que podemos mejorar en nuestras relaciones comerciales. Algunas sugerencias fueron la siguientes:

- Que nos brinden capacitaciones para mejorar
- Que no demoren tanto el pago de las facturas
- Que mejoren la comunicación con el proveedor, para poder solucionar inconvenientes a tiempo.
- Deben mejorar la comunicación para solucionar inconvenientes a tiempo
- Tener siquiera una reunión al mes, para evaluar cómo vamos las empresas contratistas
- “Hemos mejorado todo y muy pocas veces, nos tienen en cuenta”

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

d) Consolidado de impactos

- Comunidades y colindantes

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencia			Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas positivas)	Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas negativas)
		Sí	No	No sabe		
Presencia de la empresa en la región	¿Cree que Palma y Trabajo y Oleoyuma han sido buenas empresas para la región?	88%	12%	0%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Aporta al desarrollo de la región</li> <li>• Tiene responsabilidad con trabajador</li> <li>• Genera oportunidades de crecimiento para el trabajador</li> <li>• Genera crecimiento para el comercio</li> <li>• Genera empleo a mujeres y hombres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acaba con la biodiversidad</li> <li>• No brindan ayudas sociales</li> <li>• Malas prácticas ambientales</li> <li>• Contaminación del aire</li> </ul>
Impacto de la empresa sobre formas y medio de vida locales	¿Cree que por la presencia de Palma y Trabajo o de Oleoyuma, la comunidad tuvo que abandonar actividades tradicionales como cultivos, pesca, recolección de frutos, entre otros? (opciones de respuestas)	0,5%	96,8%	2,6%		
<b>Interpretación General:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La percepción general de las comunidades en relación la empresa es positivo y está directamente relacionada con su capacidad de generar empleo y de reactivar la economía. Sin embargo, hay una lectura de "malas prácticas ambientales" que no corresponde con la realidad de la empresa y que deben desestimarse para conjurar el riesgo de un problema reputacional, basado en un imaginario colectivo negativo.</li> <li>• Una lectura positiva en cuanto al desempeño de la empresa en relación con medios de vida locales</li> </ul>						

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

Dimensión evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencia			Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas positivas)	Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas negativas)
		Sí	No	No sabe		
Impacto de la empresa sobre el medio ambiente	¿Cree que las actividades de Palma y Trabajo o de Oleoyuma afectan el medio ambiente?	71%	21%	8%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pérdida de biodiversidad</li> <li>• Malos olores que expiden las lagunas de oxidación</li> <li>• Emisión de gases</li> <li>• Uso de agroquímicos</li> <li>• Contaminación de aguas y suelo</li> <li>• Contaminación del aire por emisiones de las calderas</li> <li>• Contaminación de aguas subterráneas</li> <li>• Contaminación de caños y quebradas</li> <li>• Contaminación por humo de la planta extractora</li> <li>• Desechos de la planta extractora (llegan al río)</li> <li>• Deforestación</li> </ul>	
<p><b>Interpretación General:</b> Es el punto más álgido del ejercicio: la percepción de una gestión corporativa con "malas prácticas ambientales". Con base en la retroalimentación de las empresas tenemos, que la empresa el esfuerzo mayor frente a esta lectura es la necesidad de crear un plan de comunicaciones, orientado a desvirtuar la percepción. Sin embargo, hay uno de los impactos - olores ofensivos despedidos de la laguna - frente al cual es necesario generar una respuesta técnica de control</p>						

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencia			Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas positivas)	Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas negativas)
		Sí	No	No sabe		
Comunicación con la empresa	¿Ha informado o informó a las empresas sobre la situación que afecta o afectó a su comunidad?	12,78%	87,20%		Las razones de mayor frecuencia para el no uso del sistema PQR fueron: . Falta de tiempo . No sabe a quién dirigirse . No quiere tener problemas con la empresa	
<b>Interpretación General</b> Pese a que la mayor razón del no uso del sistema PQR es la "falta de tiempo". La revisión de cómo se socializa el PQR debe ser uno de los objetivos del plan de gestión; toda vez que, existe un 12% que manifiesta no saber "a quién dirigirse"						

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencia			Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas positivas)	Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas negativas)
		Sí	No	No sabe		
Relaciones de la empresa con sus trabajadores	¿Considera a la empresa un buen patrón?	86%	7%	2%	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Es una empresa que se preocupa por el bienestar de los trabajadores</li> <li>• Brinda el salario de todos los demás palmeros</li> <li>• Reconocen los logros del trabajador</li> <li>• Brindan oportunidad de ascender dentro de la empresa</li> <li>• Hay estabilidad económica</li> <li>• Es un excelente ambiente laboral</li> <li>• Brindan apoyo y crecimiento profesional</li> <li>• Pagos puntuales</li> <li>• Brindan oportunidad a las mujeres</li> <li>• Respetan a los trabajadores</li> <li>• Los jefes son respetuosos con los trabajadores</li> <li>• Empresa democrática</li> <li>• Brindan empleo a jóvenes sin experiencia</li> <li>• Permite la libre expresión de los trabajadores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• No emplean de inmediato a los trabajadores</li> <li>• No los vuelven a llamar para trabajar</li> <li>• Mal salario a personal con experiencia</li> <li>• Contratos por muy poco tiempo</li> <li>• Persecución laboral</li> </ul>
<p><b>Interpretación general:</b> un aspecto con percepción muy positiva. Somos considerados "buenos patronos". Sin embargo, al igual que en el tema de las prácticas ambientales, es necesario que la comunidad conozca que la vinculación con la empresa ha dejado de estar tercerizada y que los trabajadores tienen relación laboral directa con la compañía.</p>						

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencia			Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas positivas)	Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas negativas)
		Sí	No	No sabe		
Impacto de la empresa sobre la ocupación del territorio	¿Usted o algún miembro de su comunidad ha tenido dificultades con Oleoyuma o Palma y Trabajo por tierra?	0%	100%			

**Interpretación general:** una percepción positiva sobre el desempeño de la empresa frente a los derechos de tierra y territorio.

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencia			Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas positivas)	Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas negativas)
		Sí	No	No sabe		
Impacto de la empresa sobre áreas y lugares de interés colectivo	En los últimos dos años ¿Usted o su comunidad han perdido acceso a tierra, caminos, playones, lugares de pesca, fuentes de agua o algún otro recurso?	2%	98%			

**Interpretación general:** una lectura positiva en cuanto al desempeño de la empresa en relación con medios de vida locales.

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencia			Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas positivas)	Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas negativas)
		Sí	No	No sabe		
Impacto de la empresa sobre disponibilidad de alimento	¿En los últimos dos años, como consecuencia de la existencia de Palma & Trabajo o de Oleaginosas El Yuma, Usted o su comunidad ha notado disminución en la disponibilidad de alimentos?	2%	98%			

**Interpretación general:** una lectura positiva en cuanto al desempeño de la empresa en relación con medios de vida locales.

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencia			Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas positivas)	Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas negativas)
		Sí	No	No sabe		
Riego de trabajo de niños y/o menores de edad	¿Ha sabido de niños trabajando en plantaciones de la empresa o en fincas que le venden a la empresa?	1%	99%			

**Interpretación General:** Lectura positiva frente a los derechos de los niños

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencia			Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas positivas)	Comentarios de la Comunidad (soportes respuestas negativas)
		Sí	No	No sabe		
Riesgo de trabajo forzoso	¿Ha sabido de trabajadores a los que alguna de nuestras empresas - Oleoyuma, Palma y Trabajo o Progreso palmero - le ha impedido salir de la plantación o de la región?	0%	100%			

**Interpretación general:** Lectura positiva frente al derecho de un trabajo digno.

- Trabajadores

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencias							
		Saldar deudas	Mejoramiento vivienda	Estudios para el trabajador	Equipamiento de la vivienda	Compra de vehículos o moto	Plan de ahorro	Compra de vivienda	Negocio propio
Impacto sobre las condiciones de vida	De los siguientes cambios, diga ¿cuáles ha logrado después de ingreso a la empresa	19%	17%	17%	15%	13%	11%	7%	1%

**Interpretación general:** El ingreso a la empresa permitió a los trabajadores saldar sus deudas. Sin embargo, puede estar presentando una situación de nuevos endeudamientos; pues sigue persistiendo como un aspecto que requiere atención. El mejoramiento de la vivienda es otro de los cambios anotados por el trabajador, posterior a su ingreso. Sin embargo, es el aspecto de prioritario manejo, cuando se le pregunta al trabajador por los ámbitos que quisiera mejorar.

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

Dimensión evaluada	Indicador o pregunta clave	Frecuencias							
		Alimentación	Estado de salud	Tiempo para familia	Educación de los niños	Condición de la vivienda	Manejo deudas	Actividades recreativas	Ninguno
Impactos sobre las condiciones de vida	Qué aspectos de su vida y la de su familia considera usted que son muy buenos	25%	22%	15%	13%	13%	6%	6%	0%

**Interpretación general:** La alimentación y el estado de salud son los aspectos que priorizados como muy buenos en la vida del trabajador. En tercer lugar, se anota el tiempo para la familia. Sin embargo, es un aspecto que requiere mayor análisis; tal vez, a través del uso de otra herramienta, pues se anota nuevamente como un tema para mejorar; con un 18%.

Dimensión evaluada	Indicador o pregunta clave	Frecuencias							
		Alimentación	Estado de salud	Tiempo para familia	Educación de los niños	Condición de la vivienda	Manejo deudas	Actividades recreativas	Ninguno
Impacto sobre la vida del trabajador	¿Qué aspectos de su vida y la de su familia quisiera mejorar?	28%	18%	12%	11%	11%	10%	9%	1%

**Interpretación general:** Las condiciones de la vivienda y el tiempo de la familia fueron los aspectos más votados, cuando se indagó sobre qué podría mejorar en la vida del trabajador.

Dimensión evaluada	Indicador o pregunta clave	Frecuencias							
		Estabilidad laboral	Gusto por el trabajo	Clima laboral	Beneficios	Salario	Mejor oferta	No responde	No he conseguido
Sentido de pertenencia	¿Cuál (s) es la razón (es) por las que se ha mantenido vinculado a esta empresa?	30%	20%	16%	16%	11%	6%	0%	1%

**Interpretación general:** a parte de la estabilidad laboral y el gusto por el trabajo, el estudio demuestra el **clima laboral**, como un factor que refuerza el sentido de pertenencia de los trabajadores.

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

- Proveedores de fruta

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencias		Comentarios del proveedor (soportes respuestas positivas)	Comentarios del proveedor (soportes respuestas negativas)
		Sí	No		
Impacto de la empresa y de la palmicultura en vida de la región	¿Cree que Palma y Trabajo y Oleoyuma han sido buenas empresas para la región?	95%			

**Interpretación general:** percepción positiva del impacto de las empresas en la región. Importante reforzar este impacto, manteniendo un buen desempeño corporativo.

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencias							
		Sí	No	Más fuente de trabajo	Mejores condiciones de vida	Mejores viviendas	Más comercio	Educación de los niños	No aplica
Impactos sobre la región	¿Considera que los cultivos de palma de aceite han sido buenos para su comunidad?	96,4%	3,7%						
	¿Qué cambio han generado en su comunidad los cultivos de palma?			34,0%	26,0%	15,0%	11,0%	10,0%	4,0%

**Interpretación general:** Percepción muy positiva del impacto de la palmicultura para la región, como generadora empleos y factor de mejoramiento de condiciones de vida.

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencias							
		Apoyo agronómico	Capacitaciones	Buen trato	Información sobre precios	Pago puntual	Mejor pago	Pesa exacta	Apoyo económico
Grado de satisfacción con el proceso de comercialización	Seleccione dos (2) de las principales razones por las cuales comercializa su fruta con esta Compañía	22%	21%	18%	12%	12%	7%	6%	2%

**Interpretación general:** Las tres (3) primeras razones por las cuales un proveedor se mantienen en nuestra red de proveeduría son el apoyo económico por parte de la empresa, las capacitaciones y el buen trato.

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencias								
		Renovación de cultivos	Otras inversiones en el predio	Mejoramiento de condiciones de la vivienda	Capacidad para saldar deudas	Mejoramiento del equipamiento de la casa	Actividades recreativas	Facilidad para compra de insumos y herramientas	Otros	Educación para los niños
Impacto de la comercialización con la empresa, en la vida de los proveedores.	De los siguientes cambios, diga cuáles ha logrado después de que empezó a comercializar la fruta con nuestra compañía	19%	18%	14%	12%	11%	9%	7%	7%	3%

**Interpretación general:** el principal cambio ha sido la renovación de cultivos; le siguen las inversiones en el mismo predio; lo que puede considerarse como un mejoramiento de la unidad productiva, que puede traducirse en mayores ingresos y posibilidad de mejorar dimensiones tales como, la condición de la vivienda y la capacidad para saldar deudas, que son los cambios subsiguientes.

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

- Proveedores de bienes y servicios

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencias			
		Muy satisfecho	Satisfecho	Insatisfecho	Muy insatisfecho
Política de pagos	¿Qué tan satisfecho se encuentra con nuestros tiempos de pago?	21%	58%	17%	4%
<b>Interpretación general.</b> El 79 % de los proveedores está en el nivel de satisfacción; desde satisfecho hasta muy satisfecho. Sin embargo, es necesario atender y mejorar el protocolo de pagos, para superar los niveles de insatisfacción, que suman un 21%					
Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencia			
		Sí	No		
Atención al proveedor	Cuando el tiempo de pagos, por cualquier circunstancia, ¿se ha extendido recibe notificación oportuna?	62%	38%		
<b>Interpretación general.</b> Hay un 38% que no recibe notificación oportuna cuando no se va a pagar de manera oportuna; una situación que puede vulnerar la relación con el proveedor y que, a su vez, impacta sobre su economía.					
Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencia			
		Cordial	Muy cordial		
Atención al proveedor	¿Cómo evaluarías el trato y la cordialidad de las personas que lo atienden en la empresa?	33,0%	67,0%		
<b>Interpretación general.</b> El total de los proveedores destaca la cordialidad con que son atendidos por parte de la empresa.					

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencias			
		Sí	No	A veces	Casi siempre
Atención al proveedor	¿Le resulta fácil comunicarse con la empresa? (por teléfono, correo, WhatsApp)	74.9%	4,2%	16,7%	4,2%

**Interpretación general:** Aunque hay casi un 75% de proveedores que le resulta fácil comunicarse con la empresa; es necesario revisar y ajustar los medios de comunicación que se tienen con quienes nos proveen

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencias	
		Sí	No
Atención al proveedor	¿Ha requerido prestar una queja o reclamo a la empresa?	83%	17%

**Interpretación general.** Hay un 17% de proveedores que han requerido colocar quejas a la empresa y aunque es un número minoritarios, los resultados indican que se requiere ajustes a los temas de PQR de los proveedores, porque el punto siguiente anota "demora" en la atención de la compañía.

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencias		
		Atendió oportunamente	Atendió con demora	No atendió
Atención al proveedor	¿Cómo fue la atención de la empresa?	25%	50%	25%

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencias	
		Sí	No
Atención al proveedor	¿Sabe a quién dirigirse en caso de dificultad?	83%	17%

**Interpretación general.** La mayoría de los proveedores saben a quién dirigirse, en caso de presentar una solicitud y o queja

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencias	
		Sí	No
Capacitación al proveedor	¿Conoce las políticas sociales y ambientales de la empresa?	29%	71%

**Interpretación general:** Una gran mayoría de proveedores no conoce las políticas ambientales y sociales de la empresa

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencias	
		Sí	No
Capacitación al proveedor	¿Ha recibido capacitación por parte de la empresa?	8%	92%

**Interpretación general.** Al igual que en el punto anterior, se denota falta de atención al proveedor en cuanto a capacitaciones

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencias	
		Sí	No
	¿Ha recibido auditoría de la empresa?	8%	92%

**Interpretación general**

Dimensión Evaluada	Indicador o Pregunta Clave	Frecuencias		
		Muy bueno	Bueno	Regular
	Calificación como clientes	17%	62%	21%

**Interpretación general**

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

## II. PLAN DE GESTIÓN SOCIAL

Con base en la identificación de impactos, se diseña en el siguiente Plan de Gestión Social, que debe tener un tiempo de ejecución de dos (2) años: Su ejecución estará en cabeza del Área de Gestión Social, con el apoyo de las dependencias corporativas que se asignen.

FICHA 1. PROCESO DE COMUNICACIÓN Y DIVULGACIÓN			
<b>RESPONSABLE</b>	Áreas de Gestión Social	<b>OBJETIVO</b>	Generar y mantener un proceso de comunicación de doble vía con los actores sociales externos
<b>ALCANCE</b>	Grupos de interés externos: Comunidades locales, trabajadores, proveedores de fruta, proveedores de bienes y servicios.		
<b>COMPONENTES</b>	Participación comunitaria, atención a proveedores, bienestar laboral		
<b>MEDIDAS RECOMENDADAS</b>	Preventiva- correctiva		
<b>JUSTIFICACIÓN</b>	Percepciones de la comunidad que no coinciden con las prácticas ambientales y sociales de la empresa y se manifiestan como impactos negativos de su gestión.		
ACCIONES PARA EJECUTAR			
METAS	DESCRIPCION		
Un encuentro semestral con líderes sociales y comunitarios	Un espacio de diálogo directo para dar a conocer a los líderes los avances en actividades de gestión ambiental y social; al igual que, para recibir, a través de ellos, la percepción de la comunidad y las situaciones que puedan estarse presentando como impactos de la empresa, deseables y no deseables.		
Un boletín trimestral, dirigidos a la comunidad en general	Difundir un boletín cada tres meses con información relacionada con los proyectos de gestión ambiental y social ejecutados por la empresa, a través de la radio local, las redes sociales locales y, en formato impreso, carteleras y periódicos murales.		
Una herramienta audiovisual y empresa para divulgar resultados de estudios y/o investigaciones	Siempre que se tengan resultados de investigaciones o estudios, la empresa deber divulgar información en lenguaje sencillo, a través de los medios al alcance (radio local, redes sociales y en periódicos murales)		
Un perifoneo trimestral, por el corregimiento y as veredas, entregando información de los medios que la comunidad puede utilizar para comunicarse con la empresa	Utilizando el perifoneo, un medio tradicional en las comunidades vecinas, para divulgar números de teléfonos y dirección disponibles por la empresa para la recepción de solicitudes, quejas y reclamos.		
Un reel elaborado para redes sociales y divulgado mensualmente, con la descripción del sistema PQR.	Una pieza audiovisual para ser colocada en redes sociales con las herramientas y tiempos que hacen parte del sistema PQR (Manual de atención a los grupos de interés)		
Una entrega anual del Compendio de políticas y protocolos corporativos	Salvo que ocurran cambios significativos en las políticas y procedimientos, el documento "compendio de políticas y protocolos corporativos" debe entregarse anualmente a todos los actores sociales externos.		
<b>INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y MONITOREO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registros de asistencias a las socializaciones</li> <li>- Remisión de documentos</li> <li>- Galería de documentos diseñados para la divulgación de contenidos</li> <li>- Informes periódicos de actividades</li> </ul>		
<b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b>	Dos (2) años		

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

FICHA 2. COMUNICACIÓN CON PROVEEDORES DE FRUTA, BIENES Y SERVICIOS			
<b>RESPONSABLE</b>	Áreas Administrativas/operativas relacionadas con proveedores de fruta, bienes y servicios	<b>OBJETIVO</b>	Generar y mantener un proceso de comunicación y capacitación con proveedores de fruta.
<b>ALCANCE</b>	Grupos de interés externos: proveedores de fruta, bienes y servicios.		
<b>COMPONENTES</b>	Atención a proveedores		
<b>MEDIDAS RECOMENDADAS</b>	Preventiva- correctiva		
<b>JUSTIFICACIÓN</b>	Proveedores pidiendo apoyo a la empresa para mejorar su desempeño y responder a sus exigencias.		
ACCIONA A EJECUTAR			
<b>METAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>		
Un encuentro semestral con proveedores de fruta	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un espacio de diálogo directo para dar a conocer a los proveedores de fruta cambios en la logística de compra-venta, en la política de pagos y demás aspectos inherentes a la relación de la empresa con quienes les proveen fruta.</li> <li>- El mismo espacio, será utilizado para desarrollar procesos de capacitación que eleven el estándar de desempeño de los proveedores en aspectos tales como: manejo del cultivo, administración del predio, procesos de cosecha y postcosecha, educación ambiental, entre otros temas relacionados con la palmicultura.</li> <li>- Se deben aprovechar estos encuentros para reforzar conocimiento del Sistema PQR.</li> </ul>		
Un encuentro anual con proveedores de bienes y servicios.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Un espacio de diálogo directo para dar a conocer a los proveedores de bienes y servicios cambios y/o situaciones que inciden sobre relación de la empresa con sus proveedores.</li> <li>- El mismo espacio, será utilizado para desarrollar procesos de capacitación que eleven el estándar de desempeño de los proveedores</li> <li>- Se deben aprovechar estos encuentros para reforzar conocimiento del Sistema PQR</li> </ul>		
<b>INDICADORES DE SEGUIMIENTO Y MONITOREO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registros de asistencias a las socializaciones</li> <li>- Remisión de documentos</li> <li>- Informes periódicos de actividades</li> </ul>		
<b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b>	Dos (2) años		

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

<b>FICHA 3. APOYO AL DESARROLLO LOCAL – FOMENTO AL EMPRENDIMIENTO</b>			
<b>RESPONSABLE</b>	Área de Gestión Social	<b>OBJETIVO</b>	Generar condiciones para impulsar capacidades productivas en la comunidad vecinas.
<b>ALCANCE</b>	Grupos de interés externos: Comunidad vecina.		
<b>COMPONENTES</b>	Apoyo al desarrollo de las comunidades		
<b>MEDIDAS RECOMENDADAS</b>	Preventiva		
<b>JUSTIFICACIÓN</b>	Solicitud hecha por la comunidad en el proceso de aplicación de encuestas		
<b>ACCIONES A EJECUTAR</b>			
<b>METAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>		
Un (1) proceso de formación semestral, para apoyar a la comunidad en la generación de capacidades productivas, enfocados en mujeres y jóvenes	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Con entidades como el SENA y la Caja de Compensación familiar, impulsar el desarrollo de espacios de capacitación y formación, para la generación de capacidades productivas en mujeres y jóvenes de la comunidad.</li> <li>- Celebrar alianzas público-privadas para apoyar la ejecución, de por lo menos, un proyecto productivo entre mujeres o jóvenes,</li> </ul>		
Dos (2) proyectos formulados y ejecutados con la comunidad, con el apoyo de la empresa, sobre aspectos tales como: fortalecimiento cultural, producción para el autoconsumo, infancia y adolescencia; entre otros.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Con entidades de formación, la empresa debe desarrollar un curso corto que le permita a la comunidad adquirir conocimiento básico de cómo formular y gestionar un proyecto</li> <li>- Como resultado de este proceso de capacitación, la empresa destinará recursos para apoyar la ejecución de uno de los proyectos formulados.</li> </ul>		
<b>FUENTES DE VERIFICACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registros de asistencias a las capacitaciones</li> <li>- Proyectos formulados y ejecutados</li> <li>- Informes mensuales de actividades.</li> </ul>		
<b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b>	Dos (2) años		

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

<b>FICHA 4. APOYO AL DESARROLLO LOCAL – MEJORAMIENTO DE LA CALIDAD EDUCATIVA</b>			
<b>RESPONSABLE</b>	Área de Gestión Social	<b>OBJETIVO</b>	Crear espacios que fortalecen la formación de niños matriculados en las instituciones educativa del corregimiento.
<b>ALCANCE</b>	Grupos de interés externos: Instituciones educativas vecinas		
<b>COMPONENTES</b>	Apoyo al desarrollo de las comunidades		
<b>MEDIDAS RECOMENDADAS</b>	Preventiva		
<b>JUSTIFICACIÓN</b>	Fortalecimiento de un proyecto que se tiene en ejecución y que ha sido acogida por las instituciones educativas como una herramienta pedagógica exitosa.		
<b>ACCIONES A EJECUTAR</b>			
<b>METAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>		
A través del establecimiento de dos (2) huertas escolares, apoyar el mejoramiento de la calidad educativa de las poblaciones vecinas	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Establecimiento de dos huertas escolares, articuladas a sus estrategias pedagógicas curriculares</li> <li>- Aprovechar la ejecución de este proyecto, para fortalecer la educación ambiental en niños y adolescentes</li> <li>- Contribuir a que los padres de estas instituciones educativas repliquen la experiencia de la escuela y reciban, además de formación para la producción, sean beneficiarios de capacitaciones sobre alimentación saludable.</li> <li>- Contribuir a que los niños también aprendan a comer sano, como parte de su experiencia educativa</li> </ul>		
<b>FUENTES DE VERIFICACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Huerta establecidas</li> <li>- Registros de reuniones en las instituciones educativas</li> <li>- Registros de asistencia de los niños a las huertas escolares establecidas</li> <li>- Proyectos formulados y ejecutados</li> <li>- Informes mensuales de actividades.</li> </ul>		
<b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b>	Dos (2) años		

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

FICHA 4. APOYO AL DESARROLLO LOCAL – EDUCACIÓN AMBIENTAL			
<b>RESPONSABLE</b>	Áreas de Gestión Social y Gestión Ambiental	<b>OBJETIVO</b>	Sensibilizar, concientizar y formar a la comunidad sobre los beneficios de una buena disposición de residuos sólidos.
<b>ALCANCE</b>	Grupos de interés externos: comunidades vecinas		
<b>COMPONENTES</b>	Apoyo al desarrollo de las comunidades		
<b>MEDIDAS RECOMENDADAS</b>	Preventiva		
<b>JUSTIFICACIÓN</b>	Mal manejo de residuos sólidos que se convierten en problemas para la comunidad y la empresa		
ACCIONES A EJECUTAR			
METAS	DESCRIPCIÓN		
Desarrollar con la comunidad, un (1) proyecto de educación ambiental, centrado en manejo apropiado de residuos sólidos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- El proyecto debe incluir el desarrollo de dos (2) jornadas anuales de recolección de inservibles en patios, con el apoyo de la empresa prestadora de servicios de recolección</li> <li>- En articulación con una organización de recicladores, crear una ruta de recolección de residuos aprovechables para el reciclaje,</li> <li>- Campaña de divulgación, concientización y capacitación sobre las mejores formas de manejar los residuos sólidos aprovechables.</li> </ul>		
<b>FUENTES DE VERIFICACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registros de las herramientas creadas para divulgar y sensibilizar sobre el tema ambiental</li> <li>- Registros fotográficos y de pesaje de las jornadas de recolección de residuos aprovechables</li> <li>- Ruta de recolección diseñada</li> <li>- Acuerdo con la empresa encargada de la recolección de residuos</li> </ul>		
<b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b>	Dos (2) año		

			<b>ACTUALIZACIÓN DEL ESTUDIO DE IMPACTO SOCIAL 2025</b> Vigencia: 2025 - 2027
---	---	--	--

<b>FICHA 4. BIENESTAR LABORAL</b>			
<b>RESPONSABLE</b>	Áreas de Bienestar laboral	<b>OBJETIVO</b>	Generar condiciones para impulsar capacidades productivas en las familias de los trabajadores.
<b>ALCANCE</b>	Grupos de interés internos: trabajadores agrícolas y de planta extractora		
<b>COMPONENTES</b>	Apoyo al desarrollo de los trabajadores		
<b>MEDIDAS RECOMENDADAS</b>	Preventiva		
<b>JUSTIFICACIÓN</b>	Dificultades de los trabajadores para impulsar mejoramientos que requieren sus familias		
<b>ACCIONES A EJECUTAR</b>			
<b>METAS</b>	<b>DESCRIPCIÓN</b>		
Un (1) proceso de formación semestral, para apoyar a los trabajadores en el surgimiento de opciones económicas alternas a sus ingresos	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Con entidades como el SENA y la Caja de Compensación familiar, impulsar el desarrollo de espacios de capacitación y formación, para la generación de capacidades productivas de mujeres y jóvenes en etapa productiva.</li> <li>- Con el apoyo del Fondo de Empleados, crear opciones de financiación de pequeñas unidades productivas, a través de microcréditos.</li> </ul>		
<b>FUENTES DE VERIFICACIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Registros de asistencia capacitaciones</li> <li>- Proyectos productivos en ejecución</li> <li>- Evidencias de microcréditos otorgados</li> </ul>		
<b>TIEMPO DE EJECUCIÓN</b>	Dos (2) año		