



PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS

2021

REALIZÓ	REVISÓ	APROBÓ
JOSE ANTONIO AYALA Jefe Oficina Atención al cliente	COMITÉ INSTITUCIONAL DE GESTION Y DESEMPEÑO	ADRINA CAROLINA SERRANO Gerente



CONTENIDO

1. INTRODUCCION.....	3
2. JUSTIFICACION.....	4
3 OBJETIVOS	5
3.1 GENERAL.....	¡Error! Marcador no definido.
3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	5
4 DIAGNOSTICO.....	5
5. MARCO NORMATIVO.....	8
5.1 RESOLUCIÓN 1519 24 DE AGOSTO 2020	8
5.2 LEY 1712 DE 2017	11
6. DESARROLLO DEL PLAN.....	12
6.1 NIVEL INTERNO	12
6.1.1 QUE SE PERSIGUE Y COMO SE DEBE APLICAR LA COMUNICACIÓN INTERNA (¿QUÉ COMUNICAR?).....	12
6.1.2 DESARROLLO:	13
6.1.3 MEDICIÓN DE EFECTIVIDAD.....	15
6.2 COMUNICACIÓN EXTERNA.....	15
6.2.1 QUE SE PERSIGUE Y COMO SE DEBE APLICAR LA COMUNICACIÓN INTERNA (¿QUÉ COMUNICAR?).....	15
6.2.2 DESARROLLO:	17
6.2.3 MEDICIÓN DE EFECTIVIDAD.....	19
7. PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN.....	20

	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18
		PÁGINA: 3 DE 20

1. INTRODUCCION

Se desarrolla el plan de comunicación y medios de la Corporación Social de Cundinamarca, en donde se realiza de forma externa hacia los afiliados y potenciales afiliados, se hace fundamental aplicar plan de comunicación y medios el cual debe contribuir a que este proceso se realice de forma clara y permanente con el fin de mantener herramientas claras sobre la información transmitidas tanto internas como externas referidas la resolución 1519 del 24 de agosto 2020 “que nos indica sobre la accesibilidad de la página web.” Es muy importante concientizar al equipo de trabajo sobre la importancia de los procesos de comunicación.

Los medios de comunicación, el objetivo es comunicar e informar, transmitir, enseñar de manera clara la información y así mismo ayuda que la interacción humana sea más fluida sencilla y oportuna por medio de la accesibilidad en la página web y en las redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, WhatsApp, se deben fijar los interlocutores de un proceso con el fin de lograr que el mensaje llegue al destino que se requiere y que los procesos se realicen de manera exitosa.

Se puede clasificar la comunicación según sus roles al interior de ella de manera que permita que los diferentes procesos fluyan de manera positiva, otra variación es la comunicación dirigida a los clientes la cual debe ser informativa donde se dé a conocer los servicios y avances de la Corporación con el fin de mantener

actualizados a los usuarios de la entidad por medio de boletines, la página web y redes. Estos tipos de comunicación se determinan como Comunicación interna y Comunicación externa.

Dentro del plan de comunicación y mercadeo se desarrollan actividades que permitan la actualización de la información tanto interna como externa, a nivel interno capacitaciones como el Datadoc, la página Suit y MIPG.



	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18
		PÁGINA: 4 DE 20

2. JUSTIFICACION

El plan de medios y de comunicación de la corporación Social de Cundinamarca busca la difusión interna y externa de los planes, proyectos y programas que van dirigidos a los afiliados y posibles afiliados.

La Corporación Social de Cundinamarca basado en el bienestar social de sus afiliados creo un plan de comunicación y mercadeo para mejorar el servicio de accesibilidad a la información

De todos los servicios que presta la entidad.

La Corporación Social de Cundinamarca propende una comunicación eficaz y oportuna que facilite el cumplimiento de los planes y programas para los afiliados de los 116 municipios del departamento.



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
Sede Administrativa.
Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150

 /ElCundinamarca  @CundinamarcaGov
www.inmobiliariacundinamarquesa.gov.co

 	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18
		PÁGINA: 5 DE 20

3. OBJETIVOS

3.1 OBJETIVO GENERAL

Establecer herramientas de medios de comunicación e información, que permitan a los funcionarios y contratistas de la corporación social de Cundinamarca y demás personas relacionadas tener como guía el cómo acceder a la página web y la facilidad de adquirir la información.

3.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Proporcionar la gestión y la eficiencia al interior de la entidad por medio de capacitaciones, boletines, carteleras, actualización de la página web, formatos de afiliación, encuestas.
- Construir herramientas de canales informativos como las redes sociales como Facebook, Instagram, WhatsApp, y correo electrónico y llamadas telefónicas etc.) que permita a los usuarios indagar sobre los productos de la entidad.
- Permitir que los usuarios expresen su opinión mediante encuesta vía telefónica y personalmente por los asesores comerciales
- Fortalecer la información proyectada tanto interna como externa teniendo en cuenta la actualización de formatos de los productos de la Corporación Social de Cundinamarca que permitan dar facilidad de respuesta a los clientes y funcionarios.
- Diseñar campañas de promoción para la accesibilidad y transparencia de los productos.
- Proporcionar herramientas a nivel informativo que permitan dar repuestas a las PQRSDf con el fin de dar mayor respuesta a los usuarios

4. DIAGNOSTICO



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
Sede Administrativa.
Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150

[f/EiCundinamarca](#) [@CundinamarcaGov](#)
www.inmobiliariacundinamarquesa.gov.co

	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18 PÁGINA: 6 DE 20
--	--	---

Este diagnóstico se realiza con el fin de mejorar y actualizar la página web de la Corporación Social de Cundinamarca, y la intranet ya que es una herramienta principal para que los clientes accedan a la corporación fácilmente, por otro lado según las necesidades indagadas y observadas por algunos funcionarios, el cual se identifica las siguientes necesidades de cambio.

- 1) **Botón de Afiliaciones:** Teniendo en cuenta lo observado en la página web se puede identificar la importancia de actualizar el formato de afiliación, en el cual se pueda agregar un ítems, donde se mencione los requisitos de la afiliación, y explique qué se debe diligenciar totalmente, que la certificación laboral debe ser menor de 30 días, desprendible de pagos los dos últimos meses, certificación bancaria debe ser expedida en el año en curso. Por otro lado una alerta que indique que hace falta un espacio por llenar.
- 2) **Botón de Créditos:** Según lo observado en la página web es importante aclarar en los requisitos que la certificación bancaria debe ser reciente, la certificación laboral no mayor a treinta días, En el desprendible de pago mencionar que debe ser del último mes de salario
- 3) **Botón de paz y salvo:** Según las necesidades observadas dentro de la intranet se identifica que no se encuentran opciones de que los usuarios soliciten y descarguen su paz y salvo e imprimirlo, teniendo en cuenta también el valor actual de los paz y salvo que es de \$ 21.700, de esta manera se le facilitara a los usuarios realizar su trámite.
- 4) **Botón Contáctenos:** Por otro lado se puede identificar dentro de la intranet que en el botón de los números de teléfono no se tiene agregado los dígitos de Colombia, de tal forma es importante que en los números de cada sede se debe asignar el código de Colombia que es el 00-57
- 5) **Botón tramites:** Por otro lado según lo observado en el botón de tramites no muestra las opciones de los tramites hay mismo sino en la parte inferior, el cual no se da claridad, lo que se le dificulte que el usuario observe y de la opción



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
 Sede Administrativa.
 Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150

[f/EiCundinamarca](#) [@CundinamarcaGov](#)
www.inmobiliariacundinamarca.gov.co

	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18
		PÁGINA: 7 DE 20

- 6) **Botón de paz y salvos:** En lo observado de la página Web de la corporación, cuando el usuario da la opción del estado de cuenta, no se observa los cortes que se manejan en la corporación, que se pueda descargar e imprimir, ya que es de importancia que a los usuarios se les pueda facilitar la opción de descarga y la puedan imprimir que cuando ingresen con el número de cedula se ingrese también la fecha de expedición generando más facilidad para los clientes.
- 7) **Discapacidad:** Según la resolución 1519 del 2020 en el anexo 2 que hace referencia a las personas con discapacidad intelectual /cognitiva, física se hace importante agregar opciones que se les facilite el ingreso dentro de una página web, por el cual al ingresar a la intranet no se evidencia opciones por el cual se hace importante incluir opciones de sonidos y video que explique cómo acceder a la solicitudes a los usuarios con cualquier tipo de discapacidad



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
Sede Administrativa.
Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150
f/EiCundinamarca @CundinamarcaGov
www.inmobiliariacundinamarquesa.gov.co

	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18
		PÁGINA: 8 DE 20

5. MARCO NORMATIVO

La corporación social de Cundinamarca desarrolla un plan de comunicación y medios que se ejecuta por 2 niveles de comunicación e información tanto interna como externa, citando la “resolución 1519 de 24 de agosto 2020” en el anexo 2 “que se aplica a los medios electrónicos, sitios web y sedes electrónicas de los sujetos obligados., y contiene los estándares de publicación y divulgación de información para cumplimiento de los sujetos obligados, en desarrollo de lo dispuesto en la Ley 1712 del 2014”. De tal manera nos regimos en la resolución con el fin de evaluar los medios electrofónicos, sitios web de la Corporación Social de Cundinamarca para el manejo de la accesibilidad de la página web y su actualización de la información.

5.1 RESOLUCIÓN 1519 24 DE AGOSTO 2020

La resolución 1519 contiene cuatro anexos, en el cual define los estándares y directrices para publicar la información señalada en la ley 1712 y se define los requisitos materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital y datos abiertos.

El anexo 2: Está organizado por 4 principios fundamentales a los cuales se tienen cuenta: perceptible, operable, comprensible y robusto, con el fin de que sean interpretados adecuadamente a las ayudas técnicas o herramientas que implica a todas las personas que se relacionen directa o indirecta con los contenidos publicado.

A continuación, se definen algunos pasos para abordar la presente directriz:

Primer paso: Estudiar el concepto y criterios de accesibilidad.

El concepto de accesibilidad, debe comprenderse adecuadamente previo a su utilización. Estudiar el concepto y los criterios, facilita que el diseño e implementación sean los adecuados para que se contemplen las características que debe darse a los contenidos para que puedan ser perceptibles, operables y comprensibles para todos los usuarios.



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
Sede Administrativa.
Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150

[f/EiCundinamarca](#) [@CundinamarcaGob](#)
www.inmobiliariacundinamarca.gov.co

	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18
		PÁGINA: 9 DE 20

Segundo paso: Todo lo nuevo accesible.

Desde el momento en que se asume el concepto de accesibilidad, este debe incorporarse cada vez que se desarrolla nuevos sitios web o se mejoren los mismos.

Adicionalmente, es necesario comprender que la accesibilidad debe ser asumida desde el momento del diseño, lo cual, implica que la herramienta de desarrollo, lenguaje de marcado, el CMS (Content Manager System) o el LMS (Learning Manager System), debe favorecer la creación e incorporación de contenidos con

Característica de accesibles. Ello se conoce analizando la documentación de esta herramienta, la cual, debe generar finalmente el código en un lenguaje de marcado que interprete adecuadamente el navegador de Internet y favorezca la accesibilidad, tal y como sucede con la programación en HTML 5. Si se contempla esta característica se tiene un terreno ganado.

Tercer paso: Plan de incorporación.

Es necesario que se establezca un plan de acción para llevar a cabo la incorporación de accesibilidad en la información ya publicada, si el sitio web ya estuviese conformado.

Este paso, implica que se revise el sitio en su conjunto, se establezcan los aspectos generales que lo afectan, tales como estructura de cada página desde cada plantilla, colores, fuentes y otros aspectos que se indican más adelante.

El plan debe contemplar adicionalmente, la información específica de cada microsítio, página y subpágina, de modo que todas las imágenes, gráficos, diagramas, esquemas y demás, cuenten con textos alternativos; que los videos o multimedia; y los elementos de solo video y solo audio, cuenten con sus alternativas y complementos con base en los criterios de accesibilidad específicos. Igualmente, los contenedores de información, tales como tablas, listas y controles de formulario, se requieren que estén adecuadamente estructurados y conformados, para luego contemplar instrucciones y orientaciones, y para que queden total y absolutamente claros para todos los tipos de usuarios.



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
Sede Administrativa.
Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150

 /EICundinamarca  @CundinamarcaGob
www.inmobiliariacundinamarquesa.gov.co

	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18 PÁGINA: 10 DE 20
--	--	--

Cuarto paso: Mantener el concepto accesible.

Es fundamental mantener el concepto, de modo que lo estructural del sitio web, al que ya se le ha incorporado accesibilidad, se le mantenga y permanezca accesible. Esto implica que todo nuevo contenido a subir, publicar o adicionar, cuente con la característica de ser accesible.

Criterios de cumplimiento de accesibilidad

A continuación, se muestran todos los criterios de accesibilidad en un compendio de ocho numerales, que se deben seguir a cabalidad.

En la presente sección, no se desarrollará la forma de proceder con el lenguaje de marcado o el uso de herramienta de programación alguna, dado que esto es un asunto de responsabilidad del desarrollador.

A continuación, se mostrarán las condiciones y características de la información que deberán ser aplicadas para lograr que los contenidos sean percibidos, operados,

Comprendidos y conformados en lo tecnológico de forma que sean accesibles para los usuarios.

Los criterios de cumplimiento estarán numerados y anteceditos de letras “CC”, así, el primer criterio de cumplimiento será CC1, el segundo CC2, hasta completar todos los criterios que se han interpretado en el actual documento, de forma que cumpliendo con todos se alcance el nivel AA (doble A). A continuación, se explicarán los criterios:

Alternativas a lo sensorial

Los criterios mencionados a continuación contienen las indicaciones de alternativa y simultaneidad de texto para los contenidos entregados por distintos canales sensoriales, de manera que los usuarios que no tengan o no puedan aprovechar a plenitud estos canales sensoriales, puedan de todas maneras hacer uso de la información mediante la conversión del texto a formatos en los que ellos pueden percibir mediante la correspondiente ayuda técnica



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
 Sede Administrativa.
 Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150

 /EICundinamarca  @CundinamarcaGov
www.inmobiliariacundinamarquesa.gov.co

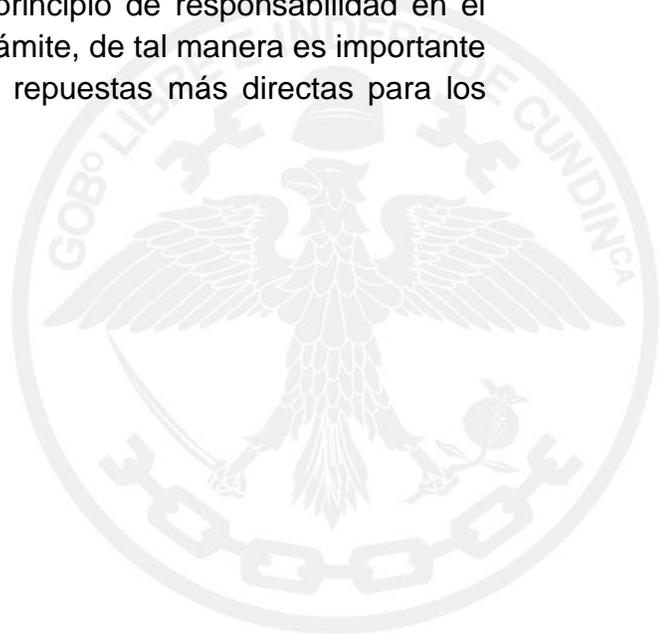
 	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18
		PÁGINA: 11 DE 20

5.2 LEY 1712 DE 2017

“Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información.

El objeto de la presente ley es regular el derecho de acceso a la información pública, los procedimientos para el ejercicio y garantía del derecho y las excepciones a la publicidad de información. En este sentido la información publicada por la entidad, deberá estar a disposición del público a través de medios físicos, remotos o locales de comunicación electrónica. Los sujetos obligados deberán tener a disposición de las personas interesadas, dicha información en la web, a fin de que estas puedan obtener la información, de manera directa o mediante impresiones. Asimismo, estos deberán proporcionar apoyo a los usuarios que lo requieran y proveer todo tipo de asistencia respecto de los trámites y servicios que presten.

En la interpretación del derecho de acceso a la información se deberá adoptar un criterio de razonabilidad y proporcionalidad, así como aplicar los siguientes principios: principio de transparencia, principio de buena fe, principio de facilitación, principio de no discriminación, principio de gratuidad, principio de celeridad, principio de eficacia, Principio de la calidad de la información, principio de la divulgación proactiva de la información, principio de responsabilidad en el uso de la información que requiere frente a su trámite, de tal manera es importante que se incluyan botones que den opciones de repuestas más directas para los usuarios.



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
Sede Administrativa.
Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150

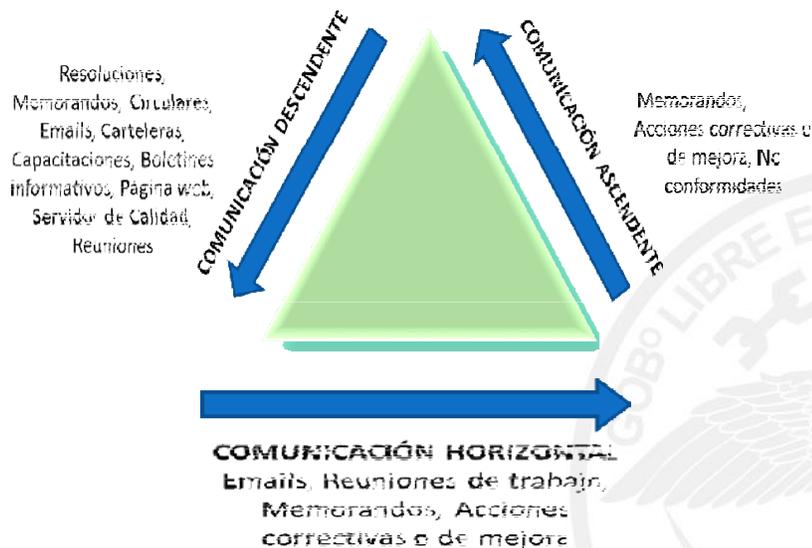
 /EICundinamarca  @CundinamarcaGob
www.inmobiliariacundinamarquesa.gov.co

6. DESARROLLO DEL PLAN

6.1 NIVEL INTERNO

6.1.1 QUE SE PERSIGUE Y COMO SE DEBE APLICAR LA COMUNICACIÓN INTERNA (¿QUÉ COMUNICAR?)

- **Descendente:** aquella información que fluye desde el nivel directivo hacia la base de la entidad (funcionarios y contratistas).
- **Ascendente:** aquella información que fluye de la base hasta el nivel superior de la entidad.
- **Lateral u horizontal:** es la información que se da en los equipos de trabajo, entre las distintas áreas de la Corporación que comparten funciones, entre los procesos o entre funcionarios del mismo nivel de responsabilidad.



Es fundamental que la comunicación se irradie en todos los ámbitos de la entidad, como una necesidad permanente, debe realizarse de forma regular y controlada, cuyos resultados impacten a largo plazo.

	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18
		PÁGINA: 13 DE 20

La comunicación interna (formas) puede ser, (¿A quién comunicar?):

- Unidireccional: Se transmite en un sola vía, no requiere respuesta.
- Bidireccional: Doble vía en el mensaje, supone e incentiva la retroalimentación.
- Multidireccional: No sólo implica la participación emisor-receptor, sino que permite interacción de diferentes grupos y puede ser de manera simultánea.

El direccionamiento correcto de la comunicación interna, apoya la estrategia de la entidad proporcionando coherencia e integración entre los objetivos, los planes y las acciones de la dirección, así como la difusión y gestión de la imagen y de la información.

El aplicar correctamente la comunicación interna entre los funcionarios y evaluar constantemente debe originar acciones de mejora permanente, principalmente en:

- Mejorar la gestión y la eficiencia al interior de la entidad.
- Mejorar las relaciones entre los distintos niveles organizacionales.
- Mejorar la comunicación, motivación y promover la participación de manera que se transmita una imagen positiva hacia el exterior.

En la Corporación social de Cundinamarca, a nivel interno los funcionarios de la entidad dependiendo de su posición y responsabilidades, su comunicación será más o menos crítica, pero igualmente importante y su gestión debe de ser correcta y coordinada con el resto de la organización donde se desarrollara un plan de comunicación con un nivel interno por medio de actividades como.

6.1.2 DESARROLLO:

Reuniones: Dentro de la corporación se ejecutaran reuniones con el fin de que todas las áreas de la corporación de cumplimiento en los procesos y procedimientos den paso a actualizaciones en el cual se realizaran tanto virtual ya que por la pandemia de Covid 19 cuando es un cantidad determinada, cuando es por área que el personal es poco se realizará personalmente

Carteleras: Las carteleras son herramientas que se ubican en las áreas comunes o de atención a los ciudadanos en cada una de las sedes, donde de manera proyectiva se presentan datos e información acerca de la Corporación.



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
Sede Administrativa.
Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150

 /EiCundinamarca  @CundinamarcaGov
www.inmobiliariacundinamarquesa.gov.co

	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18
		PÁGINA: 14 DE 20

Capacitaciones: Es un método aplicado en la corporación como medio informativo para que su personal adquiera nuevos conocimientos para el proceso a ejecutar, según área en la que se desempeña normalmente o en otras porque se considera que cuenta con las herramientas para asumirlas y así mismo mantenerse actualizado en los procesos que se ejecutan dentro de la entidad, estas capacitaciones se realizarán por medio virtual teniendo en cuenta la pandemia del Covid 19 el cual la información se envía por correo electrónico con el fin de que la información sea más clara.

Actividad

Se realizará durante este año capacitaciones a los funcionarios de la institución que permitan dar paso a la actualización de los procesos a en cada área, uno de los temas proyectados dentro de las capacitaciones serán:

- a. Asesorías de créditos de libre inversión
- b. Asesorías de créditos hipotecarios
- c. SUIT
- d. Atención al cliente dirigidos a todos los funcionarios en el cuarto trimestre
- e. Comunicación asertiva atención al cliente
- f. Datadoc

Boletín Informativo: El boletín es otra pieza que se realiza para dar a conocer las actividades internas más relevantes de la Corporación de las distintas áreas, el cual se tendrá en cuenta con la gerencia y con la oficina de atención al cliente para que se apruebe y ser publicado. Este es de interés general para todos los funcionarios.

Actividad

Se publicará el boletín dos veces en el año por correo electrónico a cada uno de los funcionarios y agregado se incluirá en la cartelera, sus temáticas llevarán lo que se realizó en cada semestre incluyendo actualizaciones y logros de la entidad.



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
Sede Administrativa.
Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150

 /EICundinamarca  @CundinamarcaGov
www.inmobiliariacundinamarca.gov.co

	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18
		PÁGINA: 15 DE 20

6.1.3 MEDICIÓN DE EFECTIVIDAD

- Cantidad de reuniones donde se implemente Gerente Informa / Gerente escucha.
- Frecuencia y calidad de la información rotativa en carteleras.
- Cantidad de boletines de noticias publicados, cantidad de mensajes de retroalimentación recibidos en el buzón de “Gerente escucha” y plan de acción frente a la retroalimentación.
- Sondeo de interés de fondos de pantalla instalados para toda la entidad.

Indicador de medición

Cumplimiento de las actividades de comunicación interna programadas en el Plan de comunicaciones, prensa y mercadeo que se encuentran en el cronograma.

6.2 COMUNICACIÓN EXTERNA

La comunicación externa son las actividades relacionadas con la emisión de mensajes dirigidos a crear, mantener o mejorar la relación con los diferentes públicos objetivos de la Corporación, así como a proyectar una imagen favorable de la entidad o promover actividades, productos y servicios. También se conoce como comunicación integrada de marketing. Comunicación eficaz, clave de éxito en la gestión.

La comunicación integrada de marketing permite el uso de diferentes disciplinas y herramientas para lograr un máximo impacto utilizando los recursos disponibles y mensajes unificados para posicionarse en la medida

Este proceso integra a todos los actores de la cadena de valor, busca retroalimentación y aprovecha todos los puntos de contacto para comunicar y generar una acción. Fundamentalmente, debe partir de la retroalimentación de la comunicación interna para involucrar con su participación a toda la organización, así como la decisión de la Alta Dirección de liderar este proceso para que sus metas se cumplan.

En los procesos de la CIM (Comunicación Integrada de Marketing) están íntimamente relacionados el formato, el público objetivo y la meta:

- Comunicación Masiva: Toda exposición de mensajes de tipo masivo que tienen como objetivo general comunicar o difundir un mensaje.
- Comunicación Directa: Cualquier forma de interrelación personalizada que pretende generar una respuesta inmediata.



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
Sede Administrativa.
Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150

[f/EIcundinamarca](#) [@CundinamarcaGob](#)
www.inmobiliariacundinamarquesa.gov.co

	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18 PÁGINA: 16 DE 20
--	--	--

- Relaciones Públicas: Son las interacciones realizadas para fortalecer la marca y mejorar la reputación, generar credibilidad y confianza a través de los medios de comunicación, la gestión política, entre otros.

6.2.1 QUE SE PERSIGUE Y COMO SE DEBE APLICAR LA COMUNICACIÓN EXTERNA (¿QUÉ COMUNICAR?):

- Facilitar la comunicación con los clientes con el fin de generar relaciones más satisfactorias entre el afilado y la Corporación.
- Utilizar apropiadamente los recursos existentes en la corporación para fortalecer los procesos de comunicación.
- Tipificar el mercadeo con el fin de construir mensajes dirigidos y ofrecer ventajas competitivas por segmentos, a la vez que se fortalece el posicionamiento único de marca.
- Acercar a los afiliados a la Corporación, a través de comunicación y presencia constante de la marca en las diferentes dependencias.
- Fortalecer la marca ante la opinión pública y generar confianza en los afiliados garantizando un posicionamiento uniforme de la marca.
- Comunicar estratégicamente los cambios que se presentan en la entidad.

Masificar la información institucional a fin de contrarrestar la desinformación y/o mensajes negativos que puedan afectar la entidad

6.2.2 NIVEL EXTERNO

En la Corporación social de Cundinamarca, a nivel externo se tendrá en cuenta a los afiliados de la entidad su comunicación será más abierta e importante su gestión debe de ser correcta y coordinada con el resto de la organización donde se desarrollara un plan de comunicación con un nivel interno por medio de actividades como

6.2.3 DESARROLLO

Folletos: Se ejecutarán folletos como medio informativo y de publicidad para los clientes en el cual se agregan los productos que se manejan en la corporación, campañas, ofertas y actualizaciones, este folleto será revisado y evaluado por la gerencia general con el fin de ser proyectado y entregado a todos los clientes y personas.



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
 Sede Administrativa.
 Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150

[f/EiCundinamarca](#) [@CundinamarcaGob](#)
www.inmobiliariacundinamarquesa.gov.co

	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18
		PÁGINA: 17 DE 20

Intranet: La intranet de la corporación se ha desarrollado con el fin de que los afiliados y funcionarios puedan consultar y acceder a todos los servicios que presta la entidad.

Facilita información sobre los procesos, procedimientos y formatos autorizados para realizar los trámites correspondientes.

En la intranet de la corporación social de Cundinamarca se realizará la actualización de algunos ítems que permitirá al afiliado realizar sus trámites, también encontrará el formulario de las PQRSDF y por otro lado según la resolución 1519 se le facilitará el acceso a la página de la Corporación a las personas con discapacidad cognitivas y físicas.

También se encontrarán los números telefónicos (fijo / celular) de atención al cliente como de los asesores comerciales, con sus respectivos indicativos.

Además, se encontrará los correos **atencionalcliente@csc.gov.co** y **notificacionesjudiciales@csc.gov.co**

Página Web: www.csc.gov.co

Actividades:

- Actualizar en la página web una opción en el cual la persona con discapacidad sepa cómo utilizar los servicios, por medio de sonidos y/o interprete de señas.
- Actualizar en la página web agregando las encuestas de satisfacción, con un botón que indiquen las respectivas respuestas en cada ítem con el fin de medir el nivel de satisfacción
- Actualizar en la página web el formulario de las PQRSDF de acuerdo a la resolución 1519 del Min Tic, Anexo 2
- Se debe actualizar constantemente la información de la página web de la Corporación Social de Cundinamarca.

En Facebook

Corporación social de Cundinamarca, cuya finalidad es dar a conocer a la comunidad cundinamarquesa y a todo el funcionario el portafolio de servicios de la entidad, por medio de video clips, fotos, ya que diariamente se está publicando la información de la institución.



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
Sede Administrativa.
Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150

 /ElCundinamarca  @CundinamarcaGob
www.inmobiliariacundinamarquesa.gov.co

	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18
		PÁGINA: 18 DE 20

En Instagram

Corporación social de Cundinamarca, utiliza esta otra herramienta de red social, que permiten transmitir la información de la corporación, el cual se da publicaciones de las campañas, productos, ofertas de cada municipio y videos clip de lo que se está trabajando en cada mes, con el fin de que los afiliados y demás persona se enteren de la corporación social de Cundinamarca.

En Twitter

La red Twitter @Corporación social de Cundinamarca presenta información sobre el acontecer diario de la Entidad y socialización de pronunciamientos del trabajo desarrollo en cada uno de los municipios

En Whatsapp

Por medio de aplicativo WhatsApp, la corporación social de Cundinamarca por medio de esta aplicación generara respuestas inmediatas sobre las solicitudes y peticiones de los afiliados dando una respuesta inmediata.

Se encuentra habilitadas las líneas de:

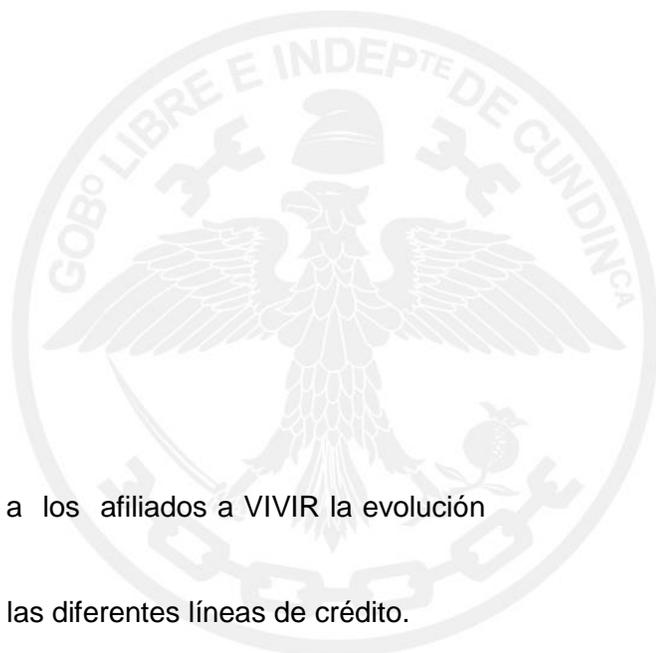
- Oficina de servicios corporativos
- Oficina de asesores comerciales
- Oficina de atención
- Oficina de cartera y ahorros

En Videos Clip

Las piezas a utilizar en esta campaña serían:

Serie de videos:

- Video informativo de la Gerencia invitando a los afiliados a VIVIR la evolución de la entidad.
- Video testimonial de afiliados beneficiados en las diferentes líneas de crédito.



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
Sede Administrativa.
Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150

 /EICundinamarca  @CundinamarcaGov
www.inmobiliariacundinamarquesa.gov.co

	PLAN DE COMUNICACIONES Y MEDIOS	CODIGO: CSC-GI-FR-18
		PÁGINA: 19 DE 20

- Video Clip institucional.

Este proceso integra a todos los actores de la cadena de valor, busca retroalimentación y aprovecha todos los puntos de contacto para comunicar y generar una acción. Fundamentalmente, debe partir de la retroalimentación de la comunicación interna para involucrar con su participación a toda la organización, así como la decisión de la Alta Dirección de liderar este proceso para que sus metas se cumplan.

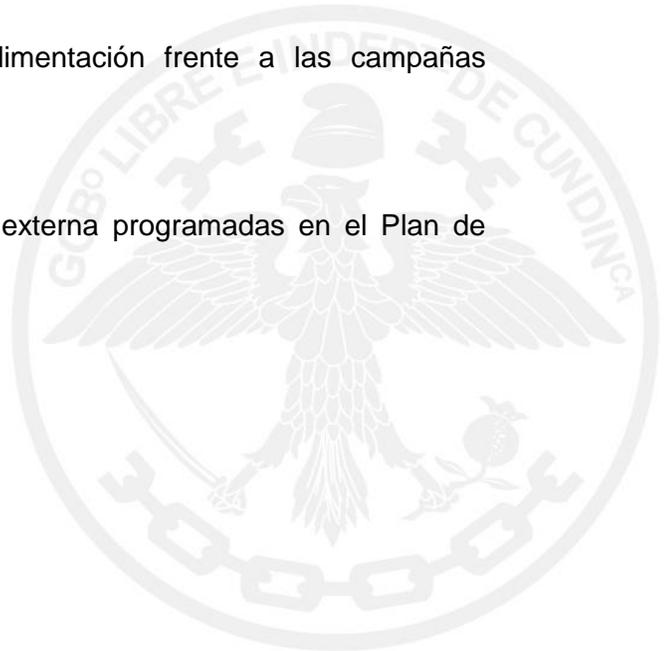
La comunicación integrada de marketing permite el uso de diferentes disciplinas y herramientas para lograr un máximo impacto utilizando los recursos disponibles y mensajes unificados para posicionarse en la mente del público como objetivo.

6.2.3 MEDICIÓN DE EFECTIVIDAD

- Impacto generado por las noticias publicadas en medios masivos y oficiales de la Gobernación, municipios y el nivel nacional.
- Diminución en la cantidad de retiros, con respecto al promedio de los últimos seis meses.
- Cambio positivo en la percepción del afiliado, tanto la información sobre cambios y evolución, como en la atención al cliente y beneficios ofrecidos. (Sondeo a través de encuestas de satisfacción).
- Cantidad de mensajes recibidos como retroalimentación frente a las campañas emitidas.

INDICADOR DE MEDICIÓN

Cumplimiento de las actividades de comunicación externa programadas en el Plan de comunicaciones, prensa y mercadeo.



Calle 39A #18-05 Bogotá D.C.
Sede Administrativa.
Código Postal: 111321 – Teléfono: 339 0150

 /EiCundinamarca  @CundinamarcaGov
www.inmobiliariacundinamarquesa.gov.co

7. PLAN DE TRABAJO Y CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN

CORPORACION SOCIAL DE CUNDINAMARCA												
OFICINA DE PRENSA Y ATENCIÓN AL CLIENTE												
PLAN DE COMUNICACIÓN Y MEDIOS												
CRONOGRAMA DE EJECUCIÓN												
Ítem	TIEMPO											
	ACTIVIDAD											
	FASE DE PLANEACIÓN/RECURSO, RESPONSABLE	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE						
1	Realización de capacitación sistema Datadoc para la Radicación PQRSDF.	■	■	■								
2	Capacitación del manejo de la página del Suit, para la gestión administrativa de trámites de la entidad.	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
3	Estrategia de contacto personal, comités y reuniones De gerencia, alta gerencia y equipo de trabajo.	■	■	■	■							
4	Desarrollo y publicación del Boletín Institucional a nivel interno de la entidad para sus funcionarios.		■	■	■	■	■	■	■	■		
5	Estrategia para opinión pública, comunicados, Publiirreportajes, avisos publicitarios, Oficina de prensa y atención al cliente.		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
6	Estrategia de contacto on-line, redes sociales, boletín electrónico, correos masivos, oficina de prensa y Atención al cliente.		■	■	■	■	■	■	■			

