

Informe final de práctica profesional

Informe de apoyo al fortalecimiento de la imagen corporativa de la caja de compensación de Risaralda. Comfamiliar Risaralda

Andrea Mesa Quiceno

Ángel Saúl Díaz Téllez comunicador social-organizacional

Universidad católica popular del Risaralda

Facultad de ciencias humanas y sociales

Programa de comunicación social y periodismo

Prácticas profesionales

Pereira

Diciembre de 2010

Agradecimientos

A Dios por dar tantas oportunidades a mi vida, por llenarme de gracia.

Expreso mis más sinceros agradecimientos a mis dos jefas Alejandra María Díaz Moreno coordinadora de Eventos y Logística y a Luz Amparo Cortés Garcés Coordinadora de Comunicaciones, en primer lugar por ser personas dispuestas a impartir conocimientos que fueron claves al momento de enfocar el trabajo de práctica y en segundo lugar, porque siempre fueron mujeres ejemplo en sus respectivas actividades y responsabilidades.

Agradezco a mis Compañeros de trabajo por los momentos compartidos y la ayuda en el momento indicado.

A Ángel Saúl Díaz, mi Tutor quien con su paciencia y disposición fue de gran importancia para la elaboración de este informe de práctica.

Contenido

Introducción	9
1. Presentación de la organización ó sitio de práctica	10
1.1 Análisis del Microambiente de la Organización	10
1.1.1 Nombre de la empresa	10
1.1.2 Logo	10
1.1.3 Tipo de Empresa	10
1.1.4 Número de trabajadores	11
1.1.5 Servicios prestados por Comfamiliar Risaralda	11
1.1.6 Áreas con las que cuenta la organización	17
1.1.7 Organigrama de la organización	18
1.1.8 Reseña Histórica	19
1.1.9 Direccionamiento Estratégico	22
1.1.9.1 Misión	22
1.1.9.2 Visión	22
1.1.9.3 Política de Calidad	22
1.1.9.4 Valores Corporativos	23
1.2 Análisis del Macroambiente	24
1.2.1 Entorno Jurídico	24
1.2.2 Entorno Socio-Cultural	25
1.2.3 Entorno Económico	26
1.2.4 Entorno Político	27
2. Papel del Comunicador	29
3. Diagnóstico del Área de Intervención	30
4. Eje de Intervención	33
5. Justificación del Eje de Intervención	34
6. Objetivos	36
6.1 Objetivo General	36
6.2 Objetivos Específicos	36
7. Marco Teórico	37

8. Cronograma de Actividades Planeadas	41
9. Presentación y análisis de Resultados	44
9.1 Metodología para el desarrollo del Eje de Intervención	44
9.1.1 Análisis de la Población	45
9.1.2 Determinación de las Variables	45
9.2 Desarrollo del Eje de Intervención	45
9.3 Plan Operativo de Comunicación	47
9.4 Plan Estratégico de Comunicación	51
9.4.1 Estrategias, Tácticas, Indicadores de Gestión	51
9.4.2 Cronograma de Actividades	54
9.4.3 Presupuesto	55
Conclusiones	56
Recomendaciones	57
Referencias	58
Apéndices	60
Anexos	67

Listas de Figuras

Figura 1. Logo de Comfamiliar Risaralda 10

Figura 2. Organigrama de la Organización 18

Lista de Tablas

Tabla 1. Tarifa de servicios Comfamiliar Galicia 2010	27
Tabla 2. Cronograma de Actividades	41
Tabla 3. Plan Operativo de Comunicación	47
Tabla 4. Cronograma de Actividades	54

Lista de Apéndices

Apéndice A. Publicación Periódico La Tarde “Ventana Comfamiliar” Noviembre 5	60
Apéndice B. Publicación Periódico La Tarde “Ventana Comfamiliar” Octubre 8	61
Apéndice C. Boletín de Novedades Comfamiliar Risaralda “Presentación de las lecciones aprendidas Mi Casa con Remesas”	62
Apéndice D. Boletín de Novedades Comfamiliar Risaralda “Juegos Intercajas de la Confraternidad”	64
Apéndice E. Evento “Lecciones aprendidas Mi casa con Remesas” Noviembre 5 de 2010	65
Apéndice F. Evento “Mujer Comfamiliar 2010” 23 de septiembre 2010	66

Lista de Anexos

Anexo A. Propuesta Plan de Comunicaciones para los servicios de Comfamiliar Risaralda 2011	67
Anexo B. Volantes utilizados para promocionar eventos	68

Resumen

En el presente informe de práctica se encontrará una propuesta de comunicación externa dirigida a fortalecer la Imagen Corporativa de Comfamiliar Risaralda. A través de observación participante, el estudio de documentos del Área de Mercadeo y el diagnóstico del Área de Comunicaciones de la Institución, se pudo detectar el tema que dio origen a la creación de una propuesta de comunicaciones, en la cual su principal objetivo es apoyar el fortalecimiento de la imagen corporativa. Su importancia está en utilizar de manera acertada los recursos con los que cuenta la Institución para que sus afiliados y no afiliados puedan conocer los grandes beneficios que la Caja ofrece para cada uno de ellos y para que sea de conocimiento público el uso apropiado que se le da a los dineros de aportes que recibe Comfamiliar Risaralda.

Palabras Claves: comunicación, observación, documentos, fortalecimiento, propuesta, imagen, objetivo, posicionamiento, estrategias, públicos, cronograma, presupuesto.

Abstract

This report will be a proposal for external communications directed at strengthening the corporate image of Comfamiliar Risaralda. Through participant observation, documents review and communications diagnosis, the issue was detected that led the creation of a proposed communications, in which its main objective is to support strengthening the corporate image. Its importance is rightly use the resources that the institution has for its members and non members can learn about the great benefits that the Fund provides for each of them and to make it public knowledge that is appropriate use monies given to contributions received Comfamiliar Risaralda.

Keywords: communication, observation, documents, building, proposal, image, goal, positioning, strategies, public, schedule, budget.

Introducción

Este informe de práctica, hace parte de una acumulación de experiencias que a través de la práctica universitaria en Comfamiliar Risaralda a lo largo de seis meses permitieron reconocer la importancia de ser apoyo en el objetivo de que la Caja de Compensación cada vez tenga una mejor imagen corporativa y posicionamiento en la ciudad y en el mercado.

En el informe, se diseña un plan de comunicaciones adaptado a la necesidad que tiene el Área de Comunicaciones en cuanto a informar de manera eficaz, todos los requerimientos de los servicios de educación, recreación y salud de Comfamiliar Risaralda, teniendo en cuenta los públicos objetivos con los que trabaja la organización, para los cuales se debe buscar el bienestar, siendo esto parte del direccionamiento estratégico de la Institución.

Para la elaboración de dicha propuesta, se tendrá como herramienta el diagnóstico realizado al Área de Comunicaciones y Eventos y Logística, además del análisis del Plan de Mercadeo para los Servicios de Comfamiliar Risaralda realizado en el Área de Mercadeo de la Institución, el cual evidencia la necesidad que tiene algunos procesos de ser potencializados a través de una comunicación asertiva.

Todas las actividades mencionadas en el presente informe dan cuenta del intento por fortalecer las actividades de los procesos y comunicación externa de la Entidad, garantizando de esta manera mayor posicionamiento e incremento de la Imagen positiva de la empresa.

El lector encontrará también información general de la Caja de Compensación, como es su portafolio de servicios, direccionamiento estratégico y demás datos de interés.

1. Presentación de la organización o sitio de práctica

1.1 *Análisis del microambiente*

El microambiente se define como las fuerzas que se pueden controlar a nivel interno de la organización donde se encuentran las fortalezas y las debilidades. En el microambiente se encuentran los proveedores, la empresa en sí, los competidores, intermediarios, clientes y públicos.

La empresa a partir del microambiente puede afianzar más las relaciones internas y externas de la organización y tomar ventaja de la competencia en los medios utilizados para dar a conocer los servicios de la Caja de Compensación. Aquí nace la imagen que los públicos y el exterior se hace de la empresa.

1.1.1 *Nombre de la empresa.*

Comfamiliar Risaralda.

1.1.2 *Logo*

Figura 1. Logo Comfamiliar Risaralda



Fuente: Comfamiliar Risaralda 2010

1.1.3 *Tipo de empresa.*

Caja de Compensación Familiar prestadora de Servicios

1.1.4 Número de Trabajadores.

1119 trabajadores directos, 160 trabajadores indirectos. Para un total de 1279 trabajadores.

1.1.5 Servicios prestados por Comfamiliar Risaralda

Aportes y Subsidios

Redistribuye los aportes de las empresas en sus trabajadores o beneficiarios afiliados, otorgando subsidio en dinero, especie y servicios como: salud, educación, capacitación, crédito social, recreación, turismo, vivienda, cultura y deportes.

Crédito Social

Permite la adquisición de bienes y servicios a los trabajadores afiliados, otorgando créditos con la tasa más baja del mercado y con la facilidad de ser descontados a través de la nómina del trabajador. Línea de créditos en: Educación, electrodomésticos, salud, turismo, recreación, mejoras de vivienda, ropa, calzado, lencería, carro, libre inversión, entre otros. Adicionalmente promover el desarrollo empresarial de las microempresas afiliadas.

Clínica Comfamiliar

La clínica es una institución sólida, con buena capacidad hotelera y un ambiente confortable para todos los usuarios, presta los servicios de: Urgencias, pediatría, Hospitalización Adultos, Ginecología y Obstetricia, Cuidados Intensivos Adultos, recién nacidos y niños, Cirugía, Consulta Externa, Grupo de apoyo familiar, Hospitalización en Casa, Cardiología Clínica, Angiografía, Laboratorio Clínico, Unidad Pediátrica, entre otros.

IPS Ambulatoria

Ofrece consulta externa ambulatoria y realiza campañas de promoción y prevención en los centros de Santa Rosa, La Virginia, Cuba, Dosquebradas, Circunvalar y Centro. Además programas talleres de escuelas de padres y aplica vacunas que no están cubiertas por la EPS. Las IPS ambulatoria y hospitalaria de Comfamiliar Risaralda, cuenta con la infraestructura adecuada para una eficiente prestación de los servicios, sus centros de atención están ubicados estratégicamente en distintos sectores de Pereira, Cuba, Dosquebradas, Santa Rosa, La Virginia y

la Clínica Comfamiliar.

Salud Oral

El departamento de salud oral se creó con servicios de odontología general y de promoción y prevención. En la actualidad cuenta con centros de atención en toda el área metropolitana de la ciudad de Pereira y en los municipios de Santa Rosa y La Virginia, en los cuales, además de la odontología general, ofrece todas las especialidades de esta ciencia, Odontología Especializada, Periodoncia, Endodoncia, Rehabilitación, Cirugía Oral y Maxilofacial, Odontopediatria, Ortodoncia, Ortopedia, Atención Odontológica en Quirófano, Implantología, Estética Odontológica, Laboratorio dental. Brindando a sus usuarios integralidad en la prestación de los servicios.

Salud Ocupacional

Atiende empresas comerciales e industrias, ARP, EPS y compañías aseguradoras del Eje Cafetero, ofreciendo servicios generales de asistencia, promoción y prevención del accidente laboral y chequeos ejecutivos para empresas o particulares. Salud Ocupacional Comfamiliar Risaralda cuenta con los recursos humanos y tecnológicos para atender todas y cada una de las necesidades de las empresas.

Elaboración del mapa de riesgos, Audiometría, tamiz y clínica, Asesoría para reubicación laboral, Análisis de puestos de trabajo, entre otros.

Promoción y Prevención

Ofrece programas en promoción de salud y prevención de enfermedades, brinda servicios como: control del crecimiento y desarrollo, vacunación, planificación familiar, detección de alteraciones del joven y adulto, control prenatal, programas especiales para las enfermedades de interés público, atención integral al paciente, citología, crónicos, ruta de salud para empresas, consulta IRA y EDA, terapia respiratoria y programa de psicología.

Trabajo Social

Realiza trabajo integral con el paciente y su grupo familiar para buscar un cambio personal, familiar y social. Se desarrollan actividades de asesoría familiar, relación de pareja, problemas de comunicación o violencia intrafamiliar. Cuando el paciente se encuentra con daños causados por maltrato psicológico, físico y verbal, abandono, abuso sexual, entre otros, se remite a entidades como Fiscalía, comisarías de Familia e ICBF.

Gerontología

Desarrolla actividades encaminadas a mejorar la calidad de vida de los adultos mayores, ofreciendo herramientas que conducen a estas personas a tener un estilo de vida activo y participativo, con hábitos saludables y actividades de entretenimiento como: Club dorado, Gerontoturismo, Plan Integral de Adultos Mayores y Capacitación en Gerontología.

Educación

La Caja de Compensación Familiar de Risaralda ha estructurado una oferta educativa variada que permita llegar a todos los niveles y a toda la población Risaraldense. Brindando calidad académica a sus afiliados y público en general, desarrollando programas de formación con el Instituto de Capacitación y el Centro de Formación Empresarial, ofreciendo carreras tecnológicas profesionales en convenio. Además el Instituto Comfamiliar promueve la validación de primaria, bachillerato, programas técnicos, diplomados, talleres, Pre-Icfes, modalidad a distancia y presencial

Capacitación

Proporciona diferentes cursos en artes y oficios, temas especializados que otorgan opciones de ingresos económicos para sus asistentes y sus familias. Cuenta con cursos en sistemas, emprendimiento empresarial, confecciones y tejidos, bordados, talleres, administración y gestión, manualidades, talleres navideños, alimentos, belleza y salud, arte entre otros, además realiza convenios interinstitucionales.

Área Cultural

Presta los servicios de Cine-Foro, Cine-Club, Cine-Infantil, Cine-Móvil, Corredor del Arte, Concurso de Cuento infantil Ilustrado, diferentes expresiones escénicas: música, danza, teatro, nocturno de tangos, presentaciones y tertulias, además presta en alquiler el teatro y los auditorios. También se cuenta con los servicios de maleta viajera y préstamo gratuito de colecciones bibliográficas.

Recreación

Ofrece vacaciones recreativas, programas empresariales y talleres en arte, música instrumental, lúdico-artístico y musical, baile folklórico, percusión Afro Caribeña, teatro, baile moderno, campismo, escalada y sensibilización artística.

Deportes

Genera espacios para la actividad física, charlas de salud y escuelas deportivas en fútbol, natación, tenis de campo, baloncesto, gimnasia de mantenimiento, club de salud y taekwondo. Ofrece torneos internos en diferentes disciplinas, jornadas deportivas de integración y juegos interempresariales a las empresas e instituciones educativas. Las actividades del Área de deportes, cuenta con monitores calificados y con instalaciones adecuadas, como lo son las canchas y piscinas de Comfamiliar Galicia.

Bolera

La Bolera Comfamiliar es un espacio deportivo para el entretenimiento y diversión donde se pueden integrar adultos, niños, familias o amigos. Cuenta con 12 modernas pistas, servicio de alquiler de zapatos, cafetería y las tarifas para afiliados y particulares son muy económicas.

Agencia de Viajes

Presta el servicio de venta de tiquetes, excursiones especiales para quinceañeras y madres, paquetes turísticos a destinos nacionales e internacionales, paseos de un día o fines de semana, caminatas ecológicas y de turismo rural. El programa de quinceañeras es una de las actividades más posicionadas en el mercado de parte de la Agencia de Viajes, la cual inicio desde el año 1991, y ha adquirido la experiencia y la calidad esperada por los clientes.

Vivienda

Otorga subsidios de vivienda a familias que deben cumplir con los requisitos de Ley como: no tener vivienda, no haber recibido subsidio de vivienda, entre otros. Las modalidades de postulación son para compra de vivienda nueva o construcción en sitio propio.

Comfamiliar Galicia

Comfamiliar Galicia es un Parque con múltiples escenarios para la diversión, descanso y actividad física, ubicado en el Kilómetro 11 Vía Pereira – Cerritos en el Sector de Galicia.

Está conformada por canchas múltiples, piscinas de diferentes profundidades para niños y adultos, piscinas de olas, toboganes, río lento, lagos de pesca, juegos infantiles, salón de juegos de mesa, hospedaje en hotel, cabañas, auditorios para eventos empresariales y la “Granja de Noé” donde el visitante encuentra animales y plantas de la región entre otros atractivos.

Casa de Huéspedes y Cabañas

La Casa de Huéspedes tiene capacidad para 48 personas, cuenta con 19 habitaciones con baño, camas dobles y sencillas, TV y balcón. Las 22 Cabañas albergan un total de 148 personas, cada una de estas dotadas con baño y ducha con agua caliente, cocina con asador móvil, camarotes y camas doble, nevera, TV y lavadero externo.

Granja de Noé

Es una Granja Integral y autosuficiente donde el turista puede encontrar plantas y animales que convergen en torno al desarrollo sostenible e integral de la región y observar la interacción entre el hombre y la vida silvestre en torno a esta unidad productiva.

Atención Integral a la Niñez

Atiende a los niños de 0 a 6 años y las familias más vulnerables de las comunidades del municipio de Pereira y Dosquebradas, mediante actividades de complementación nutricional y seguridad alimentaria, además programas de salud, educación, recreación, organización y gestión que impactan de manera favorables las condiciones y calidad de vida de la población.

Jornadas Escolares Complementarias

Brinda apoyo en el desarrollo humano de los estudiantes del sector oficial del departamento de Risaralda, a través de diferentes áreas de conocimiento, actividades lúdicas y de recreación, teniendo en cuenta la necesidad de llevar a cabo procesos de formación integral. Igualmente, se realizan talleres de profundización como música, teatro, folclor, artes, comunicación, empresarismo y visitas a sitios de interés.

Centros Culturales y Bibliotecas CCB

El servicio tiene una amplia cobertura en los municipios de Risaralda, busca el aprendizaje participativo, creativo y activo de los estudiantes para el desarrollo intelectual de cada individuo. Entre los servicios que presta están: bibliotecas y videos didácticos o en CD room, literatura, actividades culturales, talleres de música, cursos de sistemas para niños, el programas “Libronautas” para promover la lectura dirigida, ayudas educativas, salas de sistemas y conferencias.

Call Center

Comfamiliar Risaralda En Línea Siempre Contigo, 3135700, brinda al usuario la posibilidad de acceder a citas médicas y odontológicas, información sobre aportes y subsidios, crédito social y el portafolio de servicios de la entidad.

Tarjeta Comfamiliar

La Tarjeta Comfamiliar identifica a los afiliados a la Caja de Compensación de Risaralda y sus familias, permite recibir el subsidio, utilizar los servicios de la caja con tarifas diferenciales y acceder a créditos rotativos. La Tarjeta de Servicios de Comfamiliar facilita la adquisición, utilización e información de todo el portafolio de servicios de la entidad.

PAD Programa de Atención a la Discapacidad

Programa dirigido a niños, niñas y jóvenes entre 0 y 20 años, en situación de discapacidad. Ofrece atención integral a los participantes y de inclusión social, disminuyendo el impacto ocasionado por su propia discapacidad. El programa brinda valoración médica general, psicosocial, talleres artísticos, lúdicos, musicales, actividades recreativas y deportivas,

acompañamiento pedagógico, auxilios de transporte y educación, paquetes nutricionales y asistencia especializada de acuerdo a su condición.

1.1.6 Áreas con las que cuenta la Organización

Comfamiliar Risaralda, se apoya en 3 áreas fundamentales para el cumplimiento de los servicios que presta en los diferentes lugares del departamento.

Área Administrativa y de Desarrollo Organizacional

El área administrativa está compuesta por la dependencia financiera, tesorería general, contabilidad, aportes y subsidio, micro crédito – cartera y crédito social, gestión humana, nómina, gestión personal y salud ocupacional.

El área de desarrollo está compuesta por las dependencias de planeación, costos, presupuesto, calidad, presupuesto, calidad, la subárea de logística administrativa que a su vez está conformada por administración de documentos, transporte y servicios generales (departamento de seguridad, compras de seguridad y mantenimiento), y la sub-área de logística tecnológica que está regida por la dependencia de sistemas (centro de computo y desarrollo, mantenimiento y análisis).

Área de Vivienda, Proyectos y Servicios

Esta Área está integrada por las dependencias que ofrecen servicios a la sociedad y que de alguna manera cumplen con responsabilidad social, como lo son, Vivienda, Jornadas Escolares Complementarias, Atención Integral a la Niñez.

La integran también todos los servicios de Educación, Recreación, Deportes, Capacitación y Turismo. El objetivo principal de esta Área es implementar programas culturales, educativos y recreativos que sean una solución a las problemáticas sociales que tenga la comunidad en general, además posibilitar a las familias risaraldenses el acceso a múltiples beneficios

Área de Salud

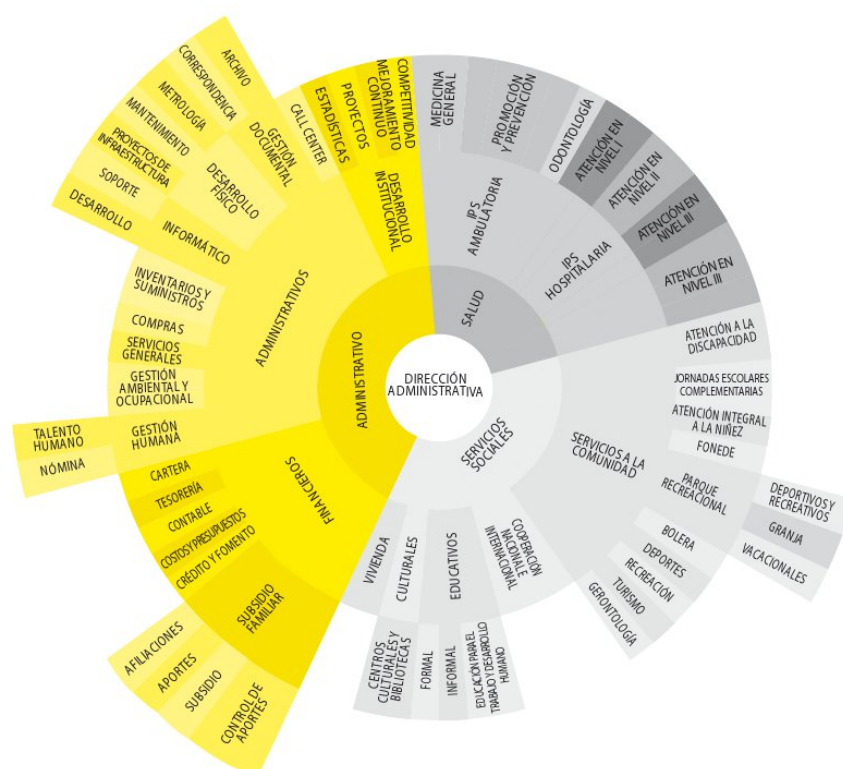
Como protagonistas en el campo de la seguridad social, Comfamiliar Risaralda permanentemente viene desarrollado nuevos servicios en materia de salud que ofrecen bienestar y calidad de vida a

sus afiliados y a la población en general. Comfamiliar Risaralda, es una de las más grandes IPS del departamento, en virtud de que está en capacidad de atender integralmente las necesidades.

1.1.7 Organigrama de la Organización

Mediante el organigrama se muestra gráficamente su estructura formal, se define la jerarquía de los puestos y se identifica el funcionamiento de la gestión desde la cima hasta la base de la organización.

Figura 2: Organigrama de la Organización



Fuente: Comfamiliar Risaralda 2010

1.1.8 *Reseña Histórica.*

La historia de Comfamiliar Risaralda comienza con el Decreto 118 del 21 de junio de 1957. En él se establecen los argumentos con los cuales el Gobierno colombiano considera de vital importancia atender las necesidades de las clases menos favorecidas económicamente y fomentar su mejoramiento.

En Pereira y en general en el Eje Cafetero, la vida comercial e industrial estaba en plena etapa de desarrollo: alimentos, bebidas, textiles, confecciones, vivienda, metalmecánica formaban parte de las grandes transformaciones de los años sesenta.

Al igual que en otras ciudades del país, en la ciudad se presentaban problemas esenciales en la comunidad (analfabetismo, desnutrición, vivienda, etc.), y cuyas soluciones eran imperiosas antes de acceder a los retos de la modernización económica, comercial, industrial y financiera.

A continuación hacemos un recorrido por los momentos más relevantes en la historia de Comfamiliar Risaralda, desde sus inicios.

1957: En medio de este panorama, el 29 de Agosto de 1957, mediante el Acta No. 1 de la Asociación Nacional de Industriales ANDI, nace la Caja de Compensación Familiar de Risaralda, afiliando a todas las empresas que en la época ocupaban un número permanente de trabajadores no inferior a 20, para ayudar económicamente a estos grupos familiares.

1966: En un principio Comfamiliar Risaralda se encargaba solamente de la administración y redistribución de los aportes de las empresas afiliadas, mediante el subsidio familiar.

Inicio a la prestación de los servicios sociales con un consultorio pediátrico. Más tarde se abrió una guardería y los servicios de consulta médica y odontológica de los trabajadores.

1967: Se implementa la capacitación con un programa dirigido a las esposas.

1971: Se inaugura la Sede Administrativa de la carrera 5 con calle 22; para ese mismo año Comfamiliar Risaralda inaugura en esas instalaciones el primer Supermercado de la región, incursionando en el Área de Mercadeo Social.

1974: Inicia el Colegio Instituto Comercial Comfamiliar con 420 alumnos entre primaria y secundaria.

1976 – 1982: Parque Recreacional Comfamiliar: La recreación ha sido uno de los importantes aspectos que ha marcado grandes logros a la Caja de Compensación; es así como en 1976 se construye el más importante centro recreacional de la región, abriendo sus puertas en 1982. Allí se realiza cada año los Juegos Interempresariales.

Complementan los servicios del Parque Recreacional, un módulo vacacional y la granja de Noé.

1991: El Consejo Directivo aprueba la creación del primer Programa de Vivienda de Interés Social de la entidad, la Ciudadela Cuba César Gaviria Trujillo. Igualmente, Se traslada el Área Administrativa para la nueva edificación de la Avenida Circunvalar.

1992: En agosto se hace la entrega de más de 200 soluciones de vivienda. Este fue el comienzo de la participación de la Caja en el desarrollo de programa de vivienda.

1994: Se inicia el proyecto de construcción de la Clínica Materno Infantil Comfamiliar, una imponente edificación de cuatro pisos, habilitada para la atención de la población afiliada a la Caja de Compensación, a las más importantes EPS de la región, entre las que se cuenta la SOS., así como a particulares. Se entregan 75 apartamentos del Edificio Multifamiliar Gamma.

1996: Comfamiliar construye el edificio de capacitación, donde se dictan los más diversos cursos, que van desde los tradicionales de culinaria y modistería hasta los de computadores y mecánica. En este edificio se encuentra el Área de Gerontología y se dictan los programas de Educación Continuada, los cuales gozan de un excelente posicionamiento entre la población afiliada, beneficiaria y particular.

1997: Se inaugura La Clínica Comfamiliar (antes materno Infantil), que sintetiza la vocación hacia los programas de salud de la entidad, la cual ha evolucionado en su infraestructura de servicios para atender integralmente al núcleo familiar, lo que llevó a cambiar su razón social por la de Clínica Comfamiliar. También se inaugura el edificio de apartamentos de El Jardín, el Módulo de Capacitación y se entregan 43 viviendas de la Ciudadela Cuba.

1998: Mediante convenio con las Empresas Públicas de Pereira, se construyen 100 soluciones de vivienda en el sector de Villa Santana y se da inicio a la construcción del proyecto Ciudad Boquía.

2000: Se construye la segunda etapa de Villa Santana, entregando 45 viviendas y la segunda etapa de Ciudad Boquía con 80 soluciones a las familiares

2003: Se inaugura la Granja de Noé, un novedoso Parque Temático de 24.258 mts² ubicado dentro del Parque Recreacional de Galicia. También en ese mismo año se construyen 40

apartamentos en el sector de Cuba, como complemento de la ciudadela Comfamiliar instalada en ese barrio. El 2003 también se caracterizó por la incursión del Instituto Comfamiliar en la enseñanza especializada, desarrollando diplomados en diversas áreas, programas técnicos en Turismo Rural, Recreación, Gestión de Empresas Productivas y en convenio con la Universidad Católica del Norte carreras universitarias mediante educación virtual; asimismo en convenio con la Universidad Católica de Manizales, la especialización en Gerencia Educativa con énfasis en Proyectos. Se inaugura en el 2003 la nueva zona deportiva del Parque Recreacional, de la cual hacen parte tres canchas de tenis de campo, una de fútbol ocho, una de fútbol reglamentaria y una cancha de voleyplaya.

2004: El Consejo Directivo de la Caja de Compensación aprueba dar vía libre al proyecto de Cardiología Invasiva en la Clínica Comfamiliar, convirtiéndola en una clínica de IV nivel, pionera en el desarrollo científico y en el cuidado de la salud de los risaraldenses. Se inaugura en el Parque Comfamiliar el Coliseo de Ferias con capacidad para 1200 personas.

2005: se abre el acuario con un área de 200m², se evidencia gran variedad de peces de aguas dulces de los ríos de Amazonía, Orinoquía y la región.

2006: Para ampliar y fortalecer la oferta hotelera y vacacional del Centro Recreativo se construye 22 Cabañas con acomodación para 4 y 8 personas completamente dotadas, zona social, piscina y jacuzzi, Zona de Camping, Cancha sintética de fútbol y Capilla.

2007: En el marco de los 50 años Comfamiliar Risaralda recibió el 26 de diciembre la Orden al Mérito Empresarial, por parte del Gobernador de Risaralda, el doctor Carlos Alberto Botero, quien resaltó la labor empresarial que ha realizado la entidad por beneficiar siempre a la comunidad y la familia. Igualmente, obtuvo reconocimiento nacional por parte del Presidente de la República Álvaro Uribe Vélez, en la cual se destaca la gestión de la Caja de Compensación durante cinco décadas de trabajo y aportes al progreso del Departamento de Risaralda.

2008: Para Comfamiliar Risaralda, es un orgullo llegar a la realización de la primera revista que abarcará el portafolio de los servicios que ofrece la Caja de Compensación. Se convertirá en un medio indispensable que remplazará el tradicional periódico institucional, en donde se conservará la comunicación relacional y sistemática con los afiliados, beneficiarios y comunidad en general.

2010: Se realizan los Juegos Intercajas de la Confraternidad, gran evento recreo-deportivo para las Cajas de Compensación de todo el país. Se contó con la presencia de más de 2000 visitantes de todo el país. Las justas se realizaron con éxito.

Actualmente Comfamiliar Risaralda cuenta con diversos Centros Integrales de Servicios en el Área Metropolitana, donde se atienden las necesidades de los afiliados, beneficiarios y de la comunidad en general. Comfamiliar Risaralda hace presencia a través de los Centros Culturales y Bibliotecas en todos los municipios de Risaralda. Igualmente, le ha apuntado a la calidad de sus servicios, por lo que ha sido certificada con ISO 9001:2000.

Son muchos los hechos que rodean la historia de la Caja de Compensación desde su creación en 1957; día a día la entidad continúa siendo protagonista del desarrollo de la región, con el reconocimiento de todos los estamentos.

Este visionario proyecto soñado por un grupo de empresarios continúa en el presente y hacia el futuro garantizando un mejor nivel de vida a las personas de menores recursos” (Gil, R & Colorado, G, 2007, pág. 62)

1.1.9 *Direccionamiento estratégico*

Comfamiliar Risaralda tiene claramente definido su rol, el cual se evidencia a través de los siguientes aspectos:

1.1.9.1 *Misión.*

Es una entidad de servicios dentro del campo de la Protección Social, que con fundamento en la subsidiaridad, la equidad y la inclusión, permite el desarrollo integral de la comunidad generando valor público.

1.1.9.2 *Visión.*

Actuar en el Campo de la Protección Social y del bienestar de la comunidad, gestionando la responsabilidad social empresarial, conservando el liderazgo y proyección institucional.

1.1.9.3 *Política de Calidad*

Comfamiliar Risaralda optimiza los recursos y los afianza a través del incremento de la competencia del personal, desarrollando programas sociales que buscan la satisfacción del cliente, convirtiendo el servicio en una cultura de mejoramiento continuo.

1.1.9. 4 Valores Corporativos.

Comunicación. consideramos conveniente transmitir a través de canales adecuados y con total calidad la información que nuestros usuarios internos y externos requieren. Así lograremos una relación de correspondencia y oportunidad con las comunidades beneficiarias de nuestros programas y servicios.

Integridad y pertenencia. Fomentamos el espíritu de pertenencia hacia nuestra empresa y las necesidades de nuestros afiliados, con un equipo de personas íntegras, coherentes entre sus más puros pensamientos y sus acciones, altamente motivadas, con ansias de prestar un buen servicio, y con la firme convicción de estar haciéndolo mejor cada día.

Servicio, Calidad y Eficiencia. Todos y cada uno de nuestros colaboradores, sabe que los servicios que ofrece la Institución, corresponden a una sentida necesidad por mejorar la calidad de vida de nuestros afiliados y comunidad en general. Buscamos el bienestar de nuestros usuarios, por eso la calidad en los servicios son el fiel reflejo de nuestro compromiso por la región. La experiencia en la prestación de nuestros programas y servicios, hacen parte de la eficiencia operacional desarrollada por la empresa desde hace ya 46 años, trasladada en términos de competitividad y permanencia

Orden y Responsabilidad. Entendemos los derechos de nuestros usuarios y personal como la más alta oportunidad para expresar nuestros deberes y obligaciones. Toda la colaboración, nuestro diario quehacer, nuestras tareas y todo aquello que podamos ofrecer, se hará con responsabilidad hacia nuestros semejantes, con un alto sentido del orden y con una vocación que parte de nuestras más profundas convicciones.

Respeto. En la empresa comprendemos el valor de la persona humana, sus expectativas, sus motivaciones, su singularidad. Estamos convencidos de que es digna de escucharse con atención y cortesía. Somos sensibles ante los problemas y necesidades de nuestros clientes, aceptamos con responsabilidad el hecho de ser excelentes facilitadores en la solución de los problemas de las personas.

1.2 Análisis del Macroambiente

El macroambiente es el entorno social, político, tecnológico, demográfico y cultural que rodea a la empresa, sobre los cuales la misma no puede ejercer ningún control.

Se convierte en el escenario propicio para que la organización encuentre las posibles oportunidades en el medio y localice las amenazas para darle un control determinado. De esta forma vemos los siguientes entornos que comprenden el macroambiente y que rodean el contexto inmediato de Comfamiliar Risaralda.

El análisis del macroambiente de una organización permitirá evaluar la situación actual y como podría llegar a presentarse en el futuro en relación con la empresa, identificando todas las formas como puede influir en el desarrollo normal de la misma.

1.2.1 Entorno Jurídico

La Caja de compensación de Risaralda Comfamiliar, es una Corporación Autónoma de derecho privado, sin ánimo de lucro, con patrimonio y personería jurídica propia. Su finalidad es la prestación social de carácter familiar para mejorar el bienestar y condiciones de vida de la familia del trabajador. Es por ello que se rige bajo una normatividad establecida por el legislador como lo indica la ley 789 de 2002, por la cual se dictan normas para apoyar el empleo y ampliar la protección social y se modifican algunos artículos del Código Sustantivo de Trabajo.

Así mismo en la búsqueda permanente y constante de mantener la defensa integral de la familia y el mejoramiento de la calidad de vida de los trabajadores, y en general la comunidad de la cual forman parte, se reglamenta la ley 21 de 1981 (creando la Superintendencia del Subsidio Familiar) y la ley 21 de 1982 (por medio de la cual modifican el régimen del subsidio familiar) y se dictan otras disposiciones, entre ellas están señaladas en el artículo 18 Ley 21/82, la especificación de los trabajadores que tienen derecho a beneficiarse del régimen del subsidio familiar bajo las siguientes condiciones:

1. Que tenga carácter de permanente.
2. Que labore diariamente más de la mitad de la jornada máxima legal ordinaria o totalice un

mínimo de 96 horas en el mes.

3. Qué sus personas a cargo sean las que a continuación se enumeran: (Artículo 3 Ley 789/02)

- a. Los hijos legítimos, los naturales, los adoptivos y los hijastros.
- b. Los hermanos huérfanos de padres.
- c. Los padres del trabajador mayores de sesenta (60) años o con un 50% de su capacidad de trabajo disminuida, que no reciban renta, pensión o salario.

Como consecuencia de las diferentes actividades desarrolladas por las Cajas de Compensación, existen organismos de índole nacional, departamental o municipal que las vigilan y controlan, entre ellas están la Superintendencia del Subsidio Familiar, Secretaria de Educación, Superintendencia Nacional de Salud.

1.2.2. Entorno sociocultural

Este entorno habla de las costumbres y tradiciones de una región, por tanto, la organización debe conocer las preferencias culturales para desarrollar su portafolio de servicios.

La diversidad y complejidad cultural de la región en la que se encuentre la Caja de Compensación, en este caso Pereira-Risaralda, son factores vitales para que se pueda analizar el mercado al cual se quiere acceder. De esta manera, la organización debe conocer las preferencias de su público para ofrecer servicios más amplios, que le permita desarrollarse en las amenazas y oportunidades del entorno, con el fin de generar estrategias que satisfaga las necesidades del mercado. Las Cajas de Compensación cumplen con un objetivo principal de velar por el cumplimiento de las necesidades sociales que no son cubiertas por otras instituciones y se puede considerar como el sistema de asistencia social más importante basado en el número de personas que resulta beneficiado a través de las múltiples funciones que cumple. Es por esta razón que Comfamiliar Risaralda se ocupa de brindar un portafolio integral de servicios que le permiten al usuario satisfacer sus gustos, preferencias y necesidades de la mejor manera. La población a la cual la Caja pretende llegar, es una población que goza de la diversión, considerando actos culturales como cines, bailes, capacitaciones y el descanso.

1.2.3 Entorno económico

Las variables y condiciones actuales de la situación económica, deben ser estudiadas y consideradas ya que traen consecuencias o implicaciones a la organización.

En los múltiples servicios ofrecidos por Comfamiliar Risaralda, el factor económico es de suma importancia ya que se ofrecen desde créditos hasta viajes, diversión y otras alternativas que la ubican en un lugar de alta competencia. El objetivo de las Cajas de Compensación en sus inicios fue ofrecer una buena administración de las prestaciones de seguridad social, siempre se buscaba el desarrollo y bienestar del trabajador y la familia. Sin embargo, hoy ese servicio se ha extendido a otra esfera que pretende no sólo velar por este tipo de necesidades, sino también por ofrecer una gran gama de servicios como los que han sido mencionados anteriormente.

Se debe considerar que la manera como la Caja ofrece estos servicios, es diferente a la ofrecida por el mercado, ya que lo que se busca es que las personas afiliadas y también las no afiliadas puedan disfrutar económicamente hablando de todo el portafolio de servicios.

Además es importante recordar que Comfamiliar Risaralda nace desde una necesidad social y no con ánimo de lucro, en este aspecto económico es importante pensar que la Caja se ocupa de los fondos y de hacer un buen uso de ellos y no sólo se ocupa de su beneficio lucrativo. Desde el punto de vista del consumidor, Comfamiliar Risaralda ofrece servicios con tasas generalmente más bajas de las que ofrece el mercado, esto hace parte de su razón de ser, para combatir esa amenaza tan cercana del entorno económico como es el desempleo en la ciudad y en la región, que hace que las personas se tengan que restringir del acceso a algunos beneficios.

El consejo Directivo de Comfamiliar Risaralda aprueba unas tarifas específicas que marcan la diferencia para las 4 categorías que se tienen para reconocer al usuario y su tipo de afiliación. Categoría A – B – C representan a los usuarios afiliados y D que representa a los usuarios particulares. Estas categorías son para todos los servicios que se ofrecen en salud, recreación, créditos etc.

A continuación un ejemplo de los precios que manejan dichas categorías y que permiten evidenciar el propósito de la Caja de Compensación para beneficiar a los usuarios y permitir que

ellos disfruten, en este caso de un Parque con múltiples atracciones para la familia

Tarifas de servicios Comfamiliar Galicia 2010

Tabla 1. Tarifas de Servicios Comfamiliar Galicia 2010

ENTRADAS	2010
Adulto Afiliado Cat.A	\$ 4,800
Adulto Afiliado Cat.B	\$ 5,000
Adulto Afiliado Cat.C	\$ 5,200
Adulto No Afiliado	\$ 7,200
Niño Afiliado Cat.A	\$ 2,100
Niño Afiliado Cat.B	\$ 2,300
Niño Afiliado Cat.C	\$ 2,500
Niño No Afiliado	\$ 4,300
Colegio Público	\$ 1,900
Colegio Privado	\$ 2,300
Grupo Adulto	\$ 4,400
Grupo Niño	\$ 2,200

Fuente: Comfamiliar Risaralda 2010

1.2.4 Entorno Político

Este contexto se relaciona con la organización en cuanto que cada una de las políticas del Estado que los gobernantes implementan, repercuten en la misma, generando estabilidad o inestabilidad en la empresa. Es relevante conocer entonces, cuáles son las leyes que rigen a la Caja de Compensación, su funcionamiento y el seguimiento que se debe de realizar en cada una de ellas.

Las cajas de compensación familiar surgieron como una necesidad social que no dependían de reglamentaciones o leyes de ningún tipo. El ordenamiento jurídico ha establecido que éstas son corporaciones de derecho privado sin ánimo de lucro, que mantienen una supervisión de que precisamente esta norma tenga validez al interior de cada Caja de Compensación.

Dos leyes determinan la razón de ser y el obrar de las Cajas de Compensación del país, La Ley 789 y La Ley 21 de 1982 y son las que dejan en claro el direccionamiento que deben tener los aportes que dan las empresas para ser controlados por las Cajas, quienes resultarán beneficiados, cómo y en qué forma. Se refiere a las Cajas de Compensación de la siguiente manera:

“ARTÍCULO 39.-Las Cajas de Compensación Familiar son personas jurídicas de derecho privado sin ánimo de lucro, organizadas como corporaciones en la forma prevista en el Código Civil, cumplen funciones de seguridad social y se hallan sometidas al control y vigilancia del Estado en la forma establecida por la ley.

ARTÍCULO 41.-Las Cajas de Compensación Familiar tendrán entre otras, las siguientes funciones:

1°. Recaudar, distribuir y pagar los aportes destinados al subsidio familiar, Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA), Escuela Superior de Administración Pública (ESAP), las escuelas industriales y los Institutos Técnicos en los términos y con las modalidades de la ley.

2°. Organizar y administrar las obras y programas que se establezcan para el pago del subsidio familiar en especie o servicios, de acuerdo con lo prescrito en el artículo 62 de la presente ley.

3°. Ejecutar, con otras Cajas, o mediante vinculación con organismo y entidades públicas o privadas que desarrollen actividades de seguridad social, programas de servicios, dentro del orden de prioridades señalado por la ley.

4°. Cumplir con las demás funciones que señale la ley”

(<http://www.dmsjuridica.com/CODIGOS/LEGISLACION/LEYES/LEY%2021%20DE%201982.html>, recuperado el 30 de septiembre 2010)

Las cajas según la ley deben ser supervisadas, vigiladas y fiscalizadas por la Superintendencia del Subsidio Familiar y por la contraloría general de la república, debido a que administran recursos provenientes del fisco. Todo esto hace que las cajas de compensación familiar difieran de la definición de corporación

“La razón de ser de la Superintendencia del Subsidio Familiar, es garantizar mediante sus funciones de inspección, vigilancia y control, el eficaz funcionamiento de las Cajas de Compensación Familiar, acorde con la Ley y normas vigentes, la ampliación de su cobertura y la

calidad de los servicios que prestan, en especial a la población de medianos y bajos ingresos, en aplicación de los principios de universalidad y solidaridad.” (www.ssf.gov.co, recuperado el 30 de septiembre de 2010)

2. El papel del Comunicador

Dentro de la empresa o la organización, la comunicación se concibe como una oportunidad de interacción en el ámbito social, ya que a través de ella las personas logran el entendimiento, la relación y la contribución que posibilitan el crecimiento y desarrollo de la organización. De la misma manera, la comunicación contribuye en gran manera a establecer relaciones, que posibilitan el hecho de establecer funciones y metas grupales para movilizar al cambio.

Por esta razón, se puede visualizar la necesidad que tiene la empresa de priorizar dentro de su estructura organizacional un sistema de comunicaciones integral, que sea dinamizador de proyectos, ya que la comunicación y la identidad deben hacer parte de los nuevos ejes de la acción empresarial.

La comunicación en las organizaciones se convierte en “un elemento decisivo en la existencia de las organizaciones, tanto si son empresariales como institucionales. Y es, además, un extraordinario agente de cambio que permite a las empresas adaptarse a las exigencias del entorno” (Elías Joan y Mascaray José, 2000, p. 47) Tal condición le otorga al comunicador una posición que le demanda responsabilidad, ya que su desempeño y acciones son transversales a todos los procesos, hablando del caso puntual de Comfamiliar Risaralda, el Comunicador tiene un papel transversal a todos los procesos al interior de la organización y sus acciones son de apoyo constante para el funcionamiento de las mismas.

Por otro lado, la necesidad que tienen las empresas en la actualidad, de abordar cada vez más, usuarios y escenarios diferentes para ejecutar sus planes de acción, hacen que el comunicador encuentre formulas innovadoras para acercarse a esos públicos, de acuerdo a sus intereses y con un lenguaje propicio a sus necesidades. La comunicación y el comunicador dentro de la empresa se convierten en una herramienta eficaz para transmitir los ideales, los valores y el

ideal de la organización.

El Comunicador Social en Comfamiliar Risaralda debe diseñar, planear, ejecutar y controlar estrategias que promuevan el portafolio de servicios y el fortalecimiento de la Imagen Corporativa. De esta forma para Comfamiliar Risaralda, el comunicador social es el encargado de fortalecer la imagen de la Institución a través de los elementos que brinda la comunicación interna y externa, es allí donde las funciones del comunicador organizacional buscan contribuir para mejorar la imagen positiva y unificada de la entidad, ser el interlocutor con los distintos públicos, asesorar las diferentes áreas de servicios con el fin de coordinar y dar unidad a las estrategias, detectar en los públicos la necesidad que tienen de entender el mensaje y utilizar los instrumentos necesarios para lograr los objetivos propuestos. Además, de definir políticas de comunicación y establecer planes estratégicos de comunicación que optimice los procesos de la organización.

En ese proceso de fortalecer la imagen y la identidad que Comfamiliar Risaralda refleja al público en general, siendo usuario, afiliado o una persona indiferente, el comunicador, tiene grandes posibilidades de dar a conocer a la Caja de Compensación y cuenta con un sinnúmero de oportunidades para cumplir este objetivo. Dentro del aspecto de la comunicación externa, se considera el campo de los eventos, en el cual la concepción de la comunicación dentro de la organización, también hace parte de la necesidad de crear una identidad y una percepción ante los públicos que interactúan con ella. Dicha imagen, construida a través de eventos y comunicación externa, va a permitir generar un impacto directo en los resultados o consecución de objetivos, estas actividades buscan el mejoramiento continuo de la comunicación externa de todos los servicios y beneficios que la Caja ofrece y de la imagen corporativa de la misma.

3. Diagnóstico del área de intervención o identificación de las necesidades

Comfamiliar Risaralda ha visto la necesidad de darle un direccionamiento al manejo de la información. Hace parte fundamental de la institución tener un orden en la información que se emite, ya que la demanda de cada uno de los servicios y Áreas de la Institución es muy alta. Para cada proceso se tienen establecidas unas actividades específicas a lo largo del año en las cuales se pretende cumplir con el objetivo de llegar a los públicos objetivos. Las actividades van desde

eventos, publicidad, comerciales, boletines, información dirigida entre otros, para todas las Áreas que prestan diferentes servicios a la población durante todo el año, los cuales deben ser comunicados de manera asertiva ya que cada proceso tiene un público determinado.

El Área de Comunicaciones de Comfamiliar Risaralda es un proceso de apoyo, transversal a toda la Institución ya que se encarga de administrar la información que se difunde de cada uno de los servicios y eventos de la Caja de Compensación. Siendo un proceso de apoyo, se encarga de cada una de las actividades de la entidad que le aportan imagen a la Institución, debe de controlar y disponer de una manera efectiva y eficiente de los medios de comunicación y mensajes suministrados por estos. Se cuenta con un sinnúmero de oportunidades para comunicar cada uno de los servicios y objetivos de la Caja de Compensación, como lo es publicidad en medios impresos, sonoros, televisivos y electrónicos, realización de eventos y manejo de relaciones públicas.

El Área de Comunicaciones en sus procedimientos, cuenta con un instructivo obligatorio para todas las áreas en el cual se hacen las solicitudes de publicidad o publicaciones necesarias. Este instructivo es la Requisición de comunicaciones, a través de la cual se hace un seguimiento a las solicitudes hechas por todos los procesos y permite dar orden a todas las solicitudes que se hagan para el Área de Comunicaciones. Esta requisición se diligencia en cada proceso y se envía al área de Comunicaciones para darle inicio a la elaboración del requerimiento. Esta requisición debe usarse cada que un proceso de la Institución solicite algo de comunicaciones, a pesar de que se planea anualmente un plan de comunicaciones con su respectivo plan de medios, existen actividades o necesidades extraordinarias que requieren ser comunicadas y para tener control de esto se utiliza la requisición.

Esto en cuanto los mecanismos que implementa el Área de Comunicaciones, por otro lado vemos que la experiencia que Comfamiliar Risaralda ha tenido a lo largo del tiempo existente de la coordinación de Comunicaciones y Publicidad y los resultados de los estudios de mercadeo, se evidencia que existen procesos más débiles en cuanto a la comunicación de la información y su posicionamiento en sus diferentes nichos de mercado.

Algunos resultados arrojados por el análisis de mercadeo realizado en la Unidad de Mercadeo de Comfamiliar Risaralda, permiten ver que por ejemplo, en cuanto a posicionamiento:

- la Bolera Comfamiliar “Posicionamiento: Nivel Medio: Muchas personas conocen el espacio físico de la bolera y los precios favorables que ofrece. Pero también existe un alto porcentaje que desconoce la existencia de este servicio y de este espacio físico” (Planes de Mercadeo Servicio y Salud Comfamiliar Risaralda 2010).
- Comfamiliar Galicia: cuenta con un posicionamiento más alto en el mercado “El parque se encuentra posicionado como un lugar que brinda escenarios (verdes, acuáticos y deportivos) para el esparcimiento y la utilización del tiempo libre, dejando a un lado el hecho de que también es un lugar donde empresas y grupos podrían realizar convenciones, integraciones, reuniones, seminarios, etc” (Planes de Mercadeo Servicio y Salud Comfamiliar Risaralda 2010).
- Agencia de Viajes: “Actualmente el posicionamiento y reconocimiento del portafolio de servicios que ofrece la Agencia de Viajes por parte de los afiliados y público en general es poco, falta mayor identidad aún en la misma institución; los usuarios particulares tienen una percepción de que el servicio es solo para afiliados de la Caja de Compensación Familiar” (Planes de Mercadeo Servicio y Salud Comfamiliar Risaralda 2010).
- Crédito Social: El posicionamiento medido desde la penetración actual de mercado potencial es muy bajo y solo representa el 1%; datos que se ratifican en la encuesta de servicios donde en una muestra de 8,500 personas solo el 4% conoce los servicios de créditos y de estos el 50% lo ha utilizado al menos una vez

A través de esta información contenida en estos análisis de mercadeo y por medio de la observación participante en públicos internos y externos, se encuentra que a través del Área de Comunicaciones, Comfamiliar Risaralda puede aprovechar aquellas debilidades para el mejoramiento y formación de la imagen de la empresa en los públicos externos, no sólo en cuanto al conocimiento de los servicios ofrecidos sino también de los múltiples beneficios, objetivos y responsabilidad social que la Caja de Compensación tiene con las usuarios y la región.

El Área de Comunicaciones en relación con la Coordinación de Eventos y Logística, encuentran la necesidad de preocuparse por integrar la comunicación en todos sus procesos, para contrarrestar algunas debilidades en cuanto a la Imagen que los públicos externos tienen de los servicios y la Caja de Compensación. El desarrollo de planes estratégicos de comunicación

externa hacen parte de esas fortalezas de las cuales el Área de Comunicaciones puede valerse para atacar algunas debilidades encontradas en diagnósticos realizados previamente.

4. Eje de Intervención

Comfamiliar Risaralda es una gran marca, los años de historia, sus intervenciones sociales, la gran gama de servicios y su participación en la Región, le permiten tener un buen posicionamiento en el mercado como marca, como Caja de Compensación familiar que no tiene competencia, sin embargo, el portafolio de servicios que se ofrece a la comunidad, sí tiene competencia en el mercado y por esta razón todos los servicios de Comfamiliar Risaralda deben alcanzar niveles óptimos de imagen y posicionamiento.

Comfamiliar Risaralda a través de sus políticas de calidad y guiado por la gestión de calidad, dispone de unos atributos para ser reconocido por su público objetivo, es así como se busca cumplirle a la sociedad y darle al público un mensaje claro como es: “Comfamiliar trabaja por lo que tú amas, Comfamiliar es lo tuyo”

Es necesario pensar desde las comunicaciones de la institución, cómo es vista la Caja o cómo definen sus diferentes servicios, los públicos objetivos, que lugares de preferencia ocupa por ejemplo servicios como los ofrecidos por Salud Oral, Agencia de Viajes, Bolera, Crédito Social y por eso se deben crear los objetivos comunicacionales, los cuales requieren del desarrollo de una estrategia coordinada sobre todas las actividades a elaborar y cuya relación da coherencia a todas y cada una de estas acciones.

Los acelerados cambios de la globalización, con las nuevas dinámicas de los mercados, en los que los consumidores tienen más información y en menor tiempo, están exigiendo nuevas pautas de comunicación corporativa, con modelos de planeación estratégica de comunicación que lleguen a todos los niveles de la empresa y se reflejen en la buena reputación de la organización. Dicha reputación se da a través de todas las estrategias que se puedan manejar al interior de los departamentos de comunicación, en este caso particular, el Área de Comunicaciones y Publicidad

de Comfamiliar Risaralda en el cual se debe construir la Imagen Corporativa de la Institución que pueda conllevar al posicionamiento de la Institución a través de sus Áreas de servicios.

La imagen corporativa de una empresa apoya en general la gestión que esta realiza, ya que es un elemento definitivo que fortalece el posicionamiento, convirtiéndose en la esencia que percibida por los usuarios y dando elementos para que la institución sea elegida y reconocida, se ha dicho que Comfamiliar Risaralda goza de gran reconocimiento al ser única Caja de Compensación en el departamento, sin embargo hay otros elementos de la misma institución que requieren ser fortalecidos en los procesos de comunicación externa para alcanzar más posicionamiento y disfrutar de buena imagen. La comunicación externa hace parte de los mensajes emitidos por la organización hacia sus diferentes públicos externos, dichos mensajes buscan mantener o mejorar sus relaciones con ellos, proyectar una imagen favorable o promover sus productos o servicios. Abarca tanto lo que en términos generales se conoce como Relaciones Públicas o como Publicidad, en el caso de Comfamiliar Risaralda, es válido pensar que cuando se mejora la imagen corporativa, se logra un mayor posicionamiento y por consiguiente la Caja con sus servicios entrará a ser más competitiva, permitiéndose así mayor productividad.

5. Justificación del eje de intervención

Ya que Comfamiliar Risaralda, incluye entre sus procesos la comunicación organizacional, y ésta ha sido un factor esencial para fortalecer la imagen interna y externa de la institución, se decide dar continuidad a estos procesos que han evidenciado a través del tiempo la importancia de proyectar una buena imagen corporativa.

Es importante abordar la imagen corporativa de la institución ya que Comfamiliar Risaralda debe apuntar sus esfuerzos comunicacionales hacia la necesidad de que ante sus públicos, sea reconocida por los grandes beneficios que brinda tanto para los afiliados como no afiliados.

La institución cubre problemáticas sociales y beneficia a muchos grupos poblacionales del departamento, ofrece espacios educativos, recreativos y deportivos, sin ánimo de lucro y brinda grandes beneficios en consumo en general, todos estos aspectos deben ser reconocidos y posicionados en la ciudad y el departamento.

La caja debe responder y dar evidencia a los aportantes del manejo que se hace, valga la redundancia de sus aportes económicos, por esta razón, los usuarios y empresas afiliadas a la Caja de Compensación de Risaralda a través de un Plan de Comunicaciones acertado, deben reconocer a Comfamiliar Risaralda como una empresa prestadora de servicios de la mejor calidad, de carácter social, que se encuentra a la vanguardia para atender a las necesidades de los usuarios.

Estas necesidades de mejorar cada vez más la imagen corporativa y alcanzar un mayor posicionamiento, dan paso a apoyar este objetivo a través del planteamiento de un plan de comunicaciones de los servicios de Comfamiliar Risaralda.

Dicho Plan de Comunicaciones se plantea desde la necesidad que existe de tener un orden y una planeación en las actividades a desarrollar en el departamento de comunicaciones. Se sugiere un plan de comunicaciones ya que se debe dar continuidad a los procesos anteriores, que en el momento de evaluación han arrojado resultados positivos para el departamento de comunicaciones y para la organización.

6. Objetivos

6.1. Objetivo General

Apoyar a la gestión de la comunicación externa a través del fortalecimiento de la Imagen Corporativa de Comfamiliar Risaralda

6.2. Objetivos específicos

- Fortalecer los procesos de comunicación que permitan la proyección estratégica de la historia, misión, visión y políticas de la Institución, para proyectar la imagen corporativa hacia todos sus públicos.
- Informar de manera más constante a todos los públicos de Comfamiliar Risaralda a través de comunicados propios y publicaciones en medios de comunicación, los logros obtenidos y las actividades que se realizan en los programas de responsabilidad social.
- Realizar una segmentación con las bases de datos que cuenta el Área de Comunicaciones, que permita determinar cuál es el tipo de publicidad adecuada y los medios para transmitirla.
- Emplear campañas publicitarias con medios alternativos de comunicación para posicionar los servicios de Comfamiliar Risaralda que tengan más competencia en el mercado.

7. Marco teórico

La contextualización teórico y conceptual sustenta desde la mirada de diferentes autores, la manera de concebir la comunicación en la organización y además la problemática de comunicación en la organización.

La comunicación Corporativa hace parte del intercambio de significados, es una interrelación entre dos partes, cuyo resultado debe ofrecer los objetivos buscados en el proceso comunicativo. “La Comunicación Corporativa se compone de un sinnúmero de elementos, tanto internos como externos, que desarrollándolos, constituyen la plataforma de proyección de la imagen institucional de una manera eficiente” (Escobar Fernández, Jorge. Comunicación Corporativa. Gestipolis. 1 de noviembre de 2010). Asumimos entonces que la Comunicación Corporativa plantea un método de trabajo que busca siempre la consecución de unos objetivos. Su principal apuesta es entender que, una organización que desarrolla una buena comunicación, tanto hacia dentro como hacia fuera, es una organización más preparada para lograr resultados óptimos a la hora de buscar las razones del porqué una empresa consigue buenos resultados. Son muchas las acciones que desarrolla una empresa que concibe la comunicación corporativa u organizacional dentro de sus procesos, algunas tareas necesarias son las relaciones con los medios, la gestión de la publicidad, actos de relaciones públicas, relaciones institucionales, procesos de identidad e imagen corporativa, entre otros.

En la actualidad la comunicación tiene gran influencia en las empresas, en la medida que se ha convertido en un vehículo para transmitir aspectos de interés institucional al interior y exterior de la organización, pues en estas circunstancias encontramos que la “comunicación corporativa o institucional se convierte en una herramienta estratégica y competitiva no sólo porque ayuda a formar la imagen deseada en los mercados sino porque nos permite influir sobre ellos” (Gema Martínez. La Comunicación Corporativa: Variable estratégica en las variables no lucrativas. Razón y Palabra. No. 42) Las organizaciones, tienen para la comunicación organizacional dos perspectivas: la interna y la externa. El proceso de comunicación interna asegura todo lo relativo a las relaciones requeridas entre los miembros de esa estructura, con el objetivo de alcanzar metas y vivenciar un buen clima organizacional. Por otro lado, la

comunicación externa se refiere a los vínculos de la organización con su entorno, teniendo como propósito de mantener una buena imagen corporativa y un buen posicionamiento de marca.

Cuando se habla de una organización es necesario hablar de su posicionamiento de marca, pues factores como la imagen e identidad de la marca, las diferencias y semejanzas con la competencia y la aceptación en el público, sin duda, elementos que afectan en gran medida la rentabilidad y valga la redundancia la imagen que los usuarios y públicos se hacen de cualquier organización. En este sentido la imagen corporativa es uno de los factores más importantes en los públicos para la selección de una empresa acerca de sus productos o servicios. La imagen corporativa de una empresa se construye por varias circunstancias entre las cuales se encuentra la experiencia propia o el voz a voz. Para comprender aún más, es preciso explicar primero el significado de imagen, que según Van Riel es “el objeto que se crea en la mente por medio de un conjunto de impresiones que experimentan los individuos cuando se enfrentan a él, directa o indirectamente” (Van Riel, 1997, pág. 77). Entendiendo entonces la imagen corporativa, como la percepción o imagen mental que tienen los clientes o usuarios acerca de la empresa sin importar la fuente de donde provenga dicha información. En este caso, La Caja de Compensación Familiar de Risaralda tiene un público definido principal que son los usuarios que tiene, muchos de ellos acceden a todos los servicios y a los espacios que se ofrecen, otros por el contrario, pueden llegar a desconocer todas las ventajas que tienen y de los beneficios que pueden gozar como afiliados. Comfamiliar Risaralda no tiene competencia con otras Cajas de Compensación, pero sí con otras entidades que prestan servicios similares como agencias de viajes, centros recreativos, culturales y de salud.

Analizar los significados, imágenes o representaciones mentales que el cliente tenga del producto o la empresa es necesario, ya que el objetivo es transformar el concepto que hay en la mente de los clientes. Por tal motivo, es indispensable pensar toda la comunicación externa de la Caja, siempre con el propósito de posicionar como marca en muchos de sus servicios a Comfamiliar Risaralda, ya que este factor permitirá medir la percepción que tienen los clientes reales sobre la institución, medición que servirá de soporte para la aplicación de tácticas comunicativas.

Kevin Lane Keller (2008, p. 98) define el posicionamiento de marca como el corazón de la estrategia de marketing. “Es el acto de diseñar la oferta y la imagen de la compañía de manera que ocupe un lugar distinto y apreciado en la mente de los clientes objetivo. (...) se refiere a encontrar la ubicación adecuada en la mente de un grupo de consumidores o de un segmento de mercado, con el fin de que consideren el producto o servicio de la manera correcta, y con ello maximizar los potenciales beneficios de la empresa.” Partiendo de esta definición, cabe resaltar que aunque Comfamiliar Risaralda no tiene fines lucrativos, sí ha realizado y diseñado unas estrategias de marketing e imagen, para que los servicios que ofrece, que se tratan de beneficios y costos por debajo de los ofrecidos por el mercado habitual, tengan un reconocimiento en la ciudad. Por esta razón, la pregunta preliminar que surge tras la necesidad de satisfacer al usuario y establecer una relación distintiva y apreciada de los ellos hacia la Caja es: ¿Qué grado de reconocimiento y qué percepción tienen sobre los servicios y en general los beneficios brindados por Comfamiliar Risaralda sus clientes reales, afiliados o usuarios?

Kevin Lane señala la importancia de identificar y delimitar el mercado objetivo, pues es el primer paso para poder llegarle al público y posicionar los servicios y los objetivos que Comfamiliar Risaralda propende por dar a conocer. Siendo el mercado el conjunto de todos los afiliados y usuarios de los servicios que tienen el suficiente interés, ingresos y acceso al producto, el autor presenta cuatro factores que son la base de la segmentación del mercado:

1. Segmentación conductista
2. Segmentación demográfica
3. Segmentación psicográfica
4. Segmentación geográfica

Teniendo en cuenta estos cuatro aspectos es posible tener un primer acercamiento a dichos usuarios y conocer quiénes son, qué hacen, qué es lo que les gusta hacer, de dónde son, cuáles son sus patrones de comportamiento y con base en esto facilitar o prestar un mejor servicio dentro de la Caja de Compensación.

Hablar de posicionamiento refiere inmediatamente a un proceso comunicacional que tiene que ver con la organización como tal, la importancia dentro del público o mercado, las ventajas competitivas y las perspectivas futuras o visión. La teoría sobre posicionamiento habla de éste

como un enfoque de la comunicación desde la publicidad y la organización, dos factores con los que Comfamiliar Risaralda cuenta de manera excepcional, pues tiene los recursos y las disposiciones desde la dirección de la Institución “El posicionamiento comienza con un producto, que puede ser un artículo, un servicio, una compañía, una institución o incluso una persona.” (Ries y Trout, 1986, Pág. 3), esta teoría no se refiere al producto, sino a lo que se hace con la mente de los usuarios, o cómo se ubica el producto en la mente de estos, sin olvidar cual es la finalidad y las políticas del direccionamiento estratégico de Comfamiliar Risaralda.

El posicionamiento de marca requiere una planificación adecuada a través de técnicas basadas en planeación y comunicación de diversos estímulos para la construcción de la imagen y la identidad deseada de la institución, para así instaurarla en la mente de los usuarios sean o no afiliados, de esta forma Comfamiliar Risaralda cuenta con un insumo importante en este objetivo y es la realización de los diferentes eventos que se desarrollan anualmente, estos permiten que se genere un vínculo con los usuarios para darles los motivos que permitan hacerles recordar a Comfamiliar Risaralda como una institución agradable, con una programación variada y que se acomoda a los diferentes gustos de sus públicos.

Para asegurar un análisis adecuado de los procesos de comunicación y poder generar métodos que permitan medir la imagen y el posicionamiento que la institución va alcanzando, se tiene una herramienta útil como lo es el plan de comunicaciones, “El plan de comunicación puede ser definido como una serie de instrumentos operativos que proporcionan la programación y la agenda de las acciones futuras. Está orientado a apoyar la dinámica de desarrollo de las organizaciones en los rubros de la comunicación interna y externa, comunicación financiera y comunicación organizacional.” (<http://blogs.periodistadigital.com/libros.php/2006/02/01/el-plan-de-comunicacion-organizacional-d>. recuperado el 27 de noviembre de 2010)

La finalidad del Plan de Comunicaciones debe estar orientado hacia desarrollo de una estrategia coordinada sobre todas las actividades a elaborar, actividades que en un orden establecido van a permitir mejorar la imagen de la organización y su posicionamiento ante los diferentes públicos objetivos, internos y externos. El plan de comunicaciones debe permitir que la

empresa llegue principalmente a los públicos externos, para los cuales se desarrollan todos los servicios, de una forma adecuada, que sea sencilla y práctica.

Para Comfamiliar Risaralda, el plan de comunicaciones, permitirá llevar un orden establecido para estar en contacto con todos sus públicos externos, en el cual la empresa como tal con todos sus áreas y servicios se interrelacionará para compartir información y liderar acciones y estrategias para definir qué se quiere conseguir, a quién se quiere llegar, qué idea se va a transmitir y a través de cuales medios se realizará la difusión de esa idea seleccionada. Dicho plan es guiado por los lineamientos tenidos en cuenta en el Sistema de Gestión de Calidad que apuntan a ser una organización de excelencia. El plan de Comunicaciones que el comunicador social propone para la organización es la autorepresentación de la misma ante sus públicos y dará cuenta del cumplimiento de sus objetivos.

8. Cronograma de actividades planeadas

Tabla 2. Cronograma de actividades planeadas

Gestión realizada	Fecha
1. Realización de archivo de free press	16,17,18,22 y 23 de junio de 2010
2. Apoyo a las Olimpiadas del Café Fides 2010	24 - 26 de junio de 2010
3. Revisión de textos de piezas institucionales	Junio de 2010
4. Creación y corrección de textos para nueva Página Web Comfamiliar Risaralda	Junio – Julio de 2010
5. Elaboración de texto para el apartado de la revista “Agenda de Servicios”	29 de Junio de 2010
6. Apoyo logístico y de protocolo a los Grados Técnicos del Área de Educación	Julio 9 de 2010

7. Apoyo logístico y de Comunicación al Concierto de Jóvenes, Comfamiliar Galicia	24 de junio de 2010
8. realización texto servicios para la página Web	Julio de 2010
9. Realizar base de datos de medios de comunicación y periodistas de la ciudad	18 de julio de 2010
10. Realización del Día del Periodista	4 y 14 de agosto de 2010
11. Apoyo Logístico y de Comunicaciones al II Festival de la Cultura Comfamiliar	29 de agosto de 2010
12. Realización de textos para La Ventana de Comfamiliar. Periódico La Tarde	15 de septiembre - diciembre de 2010
13. Realizar base de datos para evento Mujer Comfamiliar	Agosto de 2010
14. Apoyo en la preparación del Evento Mujer Comfamiliar 2010	Agosto – Septiembre de 2010
15. Elaboración del Guión Protocolario para Evento Mujer Comfamiliar 2010	20 de Septiembre de 2010
16. Coordinación del cubrimiento periodístico Mujer Comfamiliar 2010 – Revisión de videos 1A televisión	21 y 22 de Septiembre de 2010
17. Apoyo Logístico y de protocolo en el desarrollo del Evento Mujer Comfamiliar 2010.	23 de Septiembre de 2010
18. Coordinación del espacio televisivo Minuto Comfamiliar 1A Televisión	Agosto – Diciembre de 2010
19. Apoyo Logístico y comunicaciones III Expovis	25 de septiembre de 2010
20. Apoyo a la gestión de producción periodística Juegos Intercajas de la Confraternidad	Septiembre – hasta Octubre 18 de 2010
21. Apoyo logístico y planeación de eventos juegos Intercajas de la confraternidad	Septiembre – hasta Octubre 18 de 2010

22. Apoyo en Comunicaciones y relaciones públicas Juegos Intercajas de la Confraternidad	Septiembre – hasta Octubre 18 de 2010
23. Realización de Guión protocolario para Inauguración y Acto de Clausura Juegos Intercajas de la Confraternidad	12 Octubre de 2010
24. Cubrimiento periodístico, presentación del noticiero Juegos Intercajas de la Confraternidad. Apoyo logístico y protocolario	14 al 18 de octubre de 2010
25. Comunicación Evento Día de los Niños Comfamiliar Galicia	29 – 30 de octubre de 2010
26. Relaciones públicas y coordinación de cubrimiento periodístico “Lecciones aprendidas Mi casa con Remesas”	4 y 5 de noviembre de 2010
27. Apoyo logístico y protocolario Evento Institucional Imposición de Botones	10 – 11 de noviembre de 2010
28. Realización de Guión Protocolario Premio al Bachiller Comfamiliar 2010	11 de noviembre de 2010
29. Comunicación Premio al Bachiller Comfamiliar 2010	8 – 11 de noviembre de 2010
30. Apoyo logístico y de comunicaciones Fiesta decembrina Concierto de fin de año pa’ parrandear Comfamiliar Galicia	25 – 28 de noviembre de 2010
31. Elaboración de Comunicados de prensa y boletines informativos para la web después de finalizado cada evento de la Institución	

Fuente: Elaboración propia

9. Presentación y análisis de Resultados

9.1 Metodología para el desarrollo del eje de intervención

La orientación se da por sugerencia de la empresa, basados en las perspectivas comunicacionales que se han manejado a través del tiempo en el cual la Comunicación al interior de Comfamiliar Risaralda, ha sido parte vital para todos los procesos, áreas y Servicios de la Institución.

En una primera instancia se consultaron documentos (análisis documental) relacionados con la historia de Comfamiliar Risaralda, a través de documentos de la Entidad como principal fuente, la propuesta de mercadeo para Comfamiliar Risaralda desarrollada en el Área de Mercadeo de la Institución, revista institucional, publicidad, artículos de la intranet de la empresa, referentes bibliográficos, antecedentes teóricos y proyectos de investigación realizados por prácticas pasadas. Esto facilitó reconocer los principales acontecimientos y el estado actual sobre el tema central de intervención.

En la segunda fase se identificaron los elementos teóricos y metodológicos que fundamentarán la construcción del Plan de Comunicaciones 2011 y todas las actividades que permitirán desarrollar el objetivo de estudio.

Por tal motivo, el tipo de investigación es una investigación descriptiva con un enfoque cualitativo, que intenta interpretar a partir de la documentación suministrada por la empresa y la observación participante al interior de la misma, las Áreas y Servicios que requieren un tratamiento especial desde la comunicación y las estrategias que serán empleadas en un plan de comunicaciones para el año 2011.

9.1.1 *Análisis de la Población*

Afiliados y beneficiarios de Comfamiliar Risaralda, siendo niños, jóvenes, adultos y adultos mayores, hombres y mujeres. Son personas que poseen o no algún estudio o título académico. Usuarios de cualquier categoría A-B-C-D y de cualquier estrato social.

Medios de Comunicación de televisión, radio y prensa escrita de la ciudad, Región y país.
Colaboradores de Comfamiliar Risaralda

9.1.2 *Determinación de las variables*

Siendo el asunto el posicionamiento de marca y la imagen corporativa, surgen las siguientes variables:

Percepción

Recordación

Reconocimiento

Simbología

9.2 *Desarrollo del Eje de Intervención*

La lectura que se hace en este proceso de indagar por el estado de la información emitida a través del Área de Comunicaciones de la Institución, en conjunto con los elementos que brindó el conocimiento del Plan de Mercadeo, se pudo apreciar la necesidad de un plan estratégico de comunicaciones para el año 2011, siendo continuidad de procesos ya establecidos y que permita hacer un énfasis especial en la imagen de la Institución.

Los servicios relacionados con Educación, salud y Recreación que presta la entidad, deben ser conocidos por los usuarios y por todos los públicos, ya que Comfamiliar Risaralda, a

partir de los aportes dados por cada empresa afiliada, desarrolla múltiples actividades de beneficio para la comunidad.

Es así, como se apunta a una propuesta de comunicación, que busca apoyar a Comfamiliar Risaralda en sus servicios, con el fin de trascender a las necesidades colectivas de la comunidad y la familia y permitir que la empresa pueda adquirir día a día una imagen corporativa relacionada con la responsabilidad social y con el uso apropiado de los aportes.

Por tanto, es importante desde la organización, emitir a través de un Plan de Comunicaciones integral, campañas de alto impacto y publicidad de recordación para que todos los beneficios dados a través de la Caja de Compensación puedan ser reconocidos en la ciudad y el municipio.

Es necesario que la comunicación de todo lo que se hace al interior de Comfamiliar Risaralda, buscando ser un posibilitador de una mejor calidad de vida para los usuarios, cree recordación en cada uno de ellos para que exista la certeza de la importancia de adquirir los servicios de la Caja para posteriormente recibir beneficios.

Comfamiliar Risaralda desde el Área de Comunicaciones debe emitir información personalizada y segmentada, que a cada usuario le permita identificarse con lo lee, ve y escucha de la Caja de Compensación. Información que tenga en cuenta los requerimientos del cliente, con el fin de involucrarlos de manera activa en las actividades que desarrolle la Entidad, es decir, donde haya constante interactividad entre la empresa y el público. Con esto se pretende crear una imagen corporativa cada vez más fortalecida.

9.3 Plan Operativo de Comunicación

Tabla 2. Plan Operativo de Comunicación

Gestión realizada	Logro Obtenido
1. Realización de archivo de free press	Registro de los comunicados de prensa y boletines que se envían desde la oficina de Comunicaciones a los diferentes medios de comunicación, que son publicados de manera gratuita y esto representa un ahorro en los presupuestos de comunicación y publicidad para la institución.
2. Apoyo a las Olimpiadas del Café Fides 2010	Se realizaron los comunicados de prensa para informar a las personas incluidas en las bases de datos, todo lo referente al evento. Coordinación del evento inaugural y registro fotográfico
3. Revisión de textos de piezas institucionales	Se verificó el contenido de las piezas, el cual debe ser oportuno, real, informativo y sin errores de ortografía
4. Creación y corrección de textos para nueva Página Web Comfamiliar Risaralda	Se corrigieron los textos que están en la actual página web para ubicarlos en la nueva, segmentado la información por edades y servicios. Dándole un lenguaje correspondiente a cada grupo, niños, jóvenes, adultos y adultos mayores.
5. Elaboración de texto para el apartado de la revista “Agenda de Servicios”	Se realizó la sección de la Revista Comfamiliar acerca de los servicios que presta la Caja de Compensación en el primer semestre de 2010
6. Apoyo logístico y de protocolo a los Grados Técnicos del Área de Educación	Correcto desempeño de la actividad
7. Apoyo logístico y de Comunicación al Concierto de	Se realizaron boletines informativos que fueron

Jóvenes, Comfamiliar Galicia	enviados a diferentes bases de datos y medios de comunicaciones, los cuales fueron incluidos en el registro Free press. Correcto desempeño de la actividad.
8. Realización texto servicios para la página Web	Se corrigieron los textos que están en la actual página web para ubicarlos en la nueva, segmentado la información por edades y servicios. Dándole un lenguaje correspondiente a cada grupo, niños, jóvenes, adultos y adultos mayores.
9. Realizar base de datos de medios de comunicación y periodistas de la ciudad	Se actualizaron las bases de datos de los medios de comunicación de la ciudad y de los periodistas.
10. Realización del Día del Periodista	Se emitieron Boletines informativos, envío de tarjetas de felicitación y se realizaron 2 eventos conmemorativos, uno para estudiantes y profesionales y otro sólo para periodistas en ejercicio. Correcto desarrollo de las actividades
11. Apoyo Logístico y de Comunicaciones al II Festival de la Cultura Comfamiliar	Se realizaron boletines de prensa para la convocatoria al evento. Correcto desarrollo de la actividad propuesta.
12. Realización de textos para La Ventana de Comfamiliar. Periódico La Tarde	Elaboración de textos para informar a cerca de todos los servicios de la institución, a través de un espacio en el periódico que se publica todos los viernes.
13. Realizar base de datos para evento Mujer Comfamiliar	Actualización de base de datos para el evento, de mujeres postuladas anteriormente, entes gubernamentales, medios de comunicación, invitados entre otros.
14. Apoyo en la preparación del	Se realizaron comunicados de

Evento Mujer Comfamiliar 2010	prensa, boletines informativos, llamadas entre otros para la convocatoria. Recepción de documentos y seguimiento al proceso de elección Mujer Comfamiliar
15. Elaboración del Guión Protocolario para Evento Mujer Comfamiliar 2010	La institución queda con el texto que servirá para un próximo evento
16. Coordinación del cubrimiento periodístico Mujer Comfamiliar 2010 – Revisión de videos 1A televisión	Quedaron realizados los videos según los requisitos que tenía Comfamiliar Risaralda. Los principales medios de comunicación de la ciudad cubrieron el evento.
17. Apoyo Logístico y de protocolo en el desarrollo del Evento Mujer Comfamiliar 2010.	Correcto desarrollo del evento
18. Coordinación del espacio televisivo Minuto Comfamiliar 1A Televisión	Se eligieron los procesos y servicios de Comfamiliar para construir el cronograma de trabajo con 1A Televisión, el espacio sale semanalmente y se han revisado los contenidos con el fin de dar a conocer los servicios y mejorar la imagen de los mismos.
19. Apoyo Logístico y comunicaciones III Expovis	Se enviaron boletines y comunicados para la convocatoria al evento. Correcto desarrollo de la actividad.
21. Apoyo logístico y planeación de eventos juegos Intercajas de la confraternidad	Correcto desarrollo de la actividad Gran cubrimiento periodístico de los medios de la ciudad
21. Apoyo logístico y planeación de eventos juegos Intercajas de la confraternidad	
22. Apoyo en Comunicaciones y relaciones públicas Juegos Intercajas de la Confraternidad	
23. Realización de Guión protocolario para Inauguración y Acto de Clausura Juegos	

Intercajas de la Confraternidad	
24. Cubrimiento periodístico, presentación del noticiero Juegos Intercajas de la Confraternidad. Apoyo logístico y protocolario	Se informó a todos los asistentes a los Juegos a cerca de la programación, eventos, notas, resultados entre otros datos.
25. Comunicación Evento Día de los Niños Comfamiliar Galicia	Se enviaron los boletines informativos los cuales fueron registrados en el free press
26. Relaciones públicas y coordinación de cubrimiento periodístico “Lecciones aprendidas Mi casa con Remesas”	Asistieron al evento los medios más importantes de la región
27. Apoyo logístico y protocolario Evento Institucional Imposición de Botones	Correcto desempeño del evento y elaboración de guión protocolario
28. Realización de Guión Protocolario Premio al Bachiller Comfamiliar 2010	La institución queda con el documento
29. Comunicación Premio al Bachiller Comfamiliar 2010	Se enviaron boletines para la convocatoria al evento de los medios de comunicación
30. Apoyo logístico y de comunicaciones Fiesta decembrina Concierto de fin de año pa’ parrandear Comfamiliar Galicia	Se realizaron varios boletines informativos y la convocatoria para promover el evento. Correcto desarrollo del evento
31. Elaboración de Comunicados de prensa y boletines informativos para la web después de finalizado cada evento de la Institución	Los usuarios y personas en listas de las bases de datos conocieron los resultados de los eventos realizados por la institución

Fuente: Elaboración propia

9.4 Plan estratégico de Comunicación

El Plan de Comunicaciones se plantea en este momento inicial para cubrir los 12 meses del año 2010. Está estructurado mes a mes con actividades que apuntan al fortalecimiento de la Imagen Corporativa, conservando los elementos que se han contenido en Planes de Comunicación de años anteriores y también planteando nuevas estrategias que vinculen más al usuario.

Este Plan de Comunicaciones contiene la creación de estrategias de amplia cobertura difundidas a través de los medios masivos de comunicación, los cuales se encargarán de proyectar una imagen favorable de la empresa.

9.4.1 Estrategias, tácticas e indicadores de gestión

Objetivo: Para junio del 2011 Comfamiliar Risaralda habrá evaluado por lo menos el 80% de los procesos de comunicación realizados en el periodo de enero a junio, con el fin de determinar cuáles cumplieron con las metas propuestas, para así proponerlas de nuevo.

Estrategia: Análisis de impacto

Táctica: Coordinar a un grupo de personas que se encargue de realizar un análisis con cada jefe de proceso, acerca del impacto que están generando los procesos de comunicación planeados desde enero 2011 a junio 2011 en cada uno de sus servicios. La elección de ese grupo de trabajo será determinada por el Área de Comunicaciones y entregarán la responsabilidad de hacer un estudio de los resultados evidenciados en cada Proceso de la institución y analizarán el impacto de la gestión de comunicación en los diferentes servicios de Comfamiliar Risaralda en el primer semestre de 2011.

Indicadores de Gestión

De proyectos que se espera analizar * 100

De proyectos analizados

Táctica: Realizar encuestas a los diferentes públicos objetivos de la Caja de Compensación, determinar el impacto de los proyectos de comunicación que se han ejecutado hasta el mes de junio de 2010. Se contratará un grupo de personas según las Áreas a las que se les haya hecho el análisis mencionado anteriormente, estas personas realizarán encuestas a los clientes y se ubicaran en las instalaciones de las Áreas determinadas. Ésta labor será realizada a partir del 1 de junio hasta el 30 de este mes.

Indicadores de Gestión

De encuestas que se esperan entregar * 100

De encuestas entregadas

Objetivo: Para el mes de agosto de 2011 Comfamiliar Risaralda habrá aumentado por lo menos en un 60% sobre el total de la población el número de clientes potenciales que se vinculan a los diferentes servicios que presta la institución, a través de la promoción de las diferentes Áreas en los eventos institucionales que se realicen

Estrategia: Publicidad a través de eventos

Táctica: Realizar los eventos institucionales habituales, a través de los cuales desde el Área de Comunicaciones se pretenderá fortalecer la imagen de un servicio o área de Comfamiliar Risaralda, a través de la entrega de souvenirs con el portafolio del servicio que se pretende impulsar ese día.

Indicadores de Gestión:

De eventos realizados * 100

De áreas o servicios promovidos

Objetivo: Para Junio de 2011 el Área de Comunicaciones habrá segmentado las bases de datos que existen para envío de boletines y comunicaciones.

Estrategia: Segmentación de mercado

Táctica: Organizar las bases de datos existentes y otras nuevas a través de la encuesta realizada en la Feria Escolar a realizarse en 2011, donde se puedan clasificar según las edades: Niños, Jóvenes, Adultos, Adultos Mayores.

Indicadores de Gestión:

# De bases de datos organizadas	* 100
---------------------------------	-------

De bases de datos existentes

Táctica: Realizar publicidades tanto impresas, como sonoras y televisivas atractivas para los grupos de las bases de datos resultantes de la segmentación a través de las cuales se hable de manera personalizada al afiliado de los beneficios que tiene en su calidad de niño, joven, adulto y adulto mayor y de esta manera difundir la información en los medios de comunicación adecuados.

Indicadores de Gestión:

# De publicidades realizadas	* 100
------------------------------	-------

De publicidades programadas

Objetivo: Para marzo de 2011, Comfamiliar Risaralda a través de su Área de Comunicaciones y en trabajo conjunto con los diferentes procesos habrá entregado una cantidad determinada de souvenirs con el nombre y logo de Comfamiliar en diferentes escenarios.

Estrategia: Campaña BTL

Táctica: En cada visita realizada por los asesores de servicios se entregaran lapiceros o agendas con la Marca de Comfamiliar Risaralda

Indicadores de Gestión:

# De souvenirs entregados	* 100
---------------------------	-------

De souvenirs fabricados

Objetivo: Para julio de 2011, Comfamiliar Risaralda habrá incrementado la percepción positiva de la institución hacia los usuarios potenciales a través de las diferentes redes sociales existentes

Estrategia: Publicitar a través de redes sociales

Táctica: Creación de perfiles en las principales redes sociales como lo son Twitter y Facebook

Indicadores de Gestión:

# De personas invitadas a unirse al perfil	* 100
--	-------

De personas que acepten la invitación al perfil

9.4.3 Presupuesto

El Área de Comunicaciones es la encargada de realizar el presupuesto anual, el cual es aprobado por la Gerencia Financiera de la Institución. Para cada Área se asigna un presupuesto por mes que se escoge según criterios propios de la Coordinación de Comunicaciones.

Para el plan de Comunicaciones 2011 y todas las actividades relacionadas con la Imagen Corporativa y posicionamiento del portafolio de servicios se ha aprobado un total de \$481.480.000 que se repartirá en todos las Áreas de Servicio y Área Administrativa de la Institución.

Conclusiones

Se hace evidente la necesidad que tiene cualquier tipo de organización, de tener en su estructura organizacional, las comunicaciones como elemento base para la conservación de una imagen corporativa y buen nivel de posicionamiento en los diferentes mercados y públicos objetivos.

Comfamiliar Risaralda es una institución que entiende la importancia de implementar este tipo de procesos, desde sus direccionamientos estratégicos se brinda apoyo al Área de Comunicaciones para llevar a cabo el cumplimiento de sus objetivos, sin embargo, es necesario implementar más herramientas de alto impacto que sean aprobadas y apoyadas al interior de la organización y con todos los colaboradores de la misma.

Los eventos son una herramienta eficaz para lograr el posicionamiento y la imagen deseada de la institución, permiten mantener las relaciones públicas con entes gubernamentales, medios de comunicación y más cercanía con el usuario.

La imagen corporativa no se busca de manera única por tener buen posicionamiento sino porque en el caso de Comfamiliar Risaralda, permite de alguna manera tener transparencia en cada uno de sus servicios. Poder mostrar a la población la manera en la cual se invierten todos los aportes de empresas y empleados, permite que la imagen positiva aumente y le de seguridad al usuario para preferir los servicios de la institución.

Es fundamental que al momento de realizar prácticas universitarias, se cuente con un jefe que tenga conocimiento suficiente del Área, mecanismos de trabajo e implementos para el desarrollo del mismo, para que el practicante pueda desempeñar de manera más integral su trabajo. Este es el caso de Comfamiliar Risaralda, que cuenta con una coordinación de Comunicaciones y Publicidad y la Coordinación de Eventos y Logística.

Recomendaciones

Recomendaciones para la Universidad

- Considerar el tiempo de práctica universitaria, ya que las actividades del día a día, le restan tiempo importante a la ejecución de los objetivos propuestos. Puede ser considerado un tiempo de un año que permita la planeación, ejecución y evaluación de los objetivos propuestos.
- Darle más importancia a las acciones ejecutadas en la práctica, ya que para el estudiante es una experiencia totalmente enriquecedora para la vida laboral, pero con los mecanismos de calificación, pareciera que la Universidad restara importancia a este proceso para darle más importancia a la forma como se presenta el trabajo escrito que las implicaciones que este tiene para la empresa.

Recomendaciones para la Empresa

- Actualizar la información con visitas o diálogos con otras Cajas de compensación del país, con el fin de conocer la competencia y realizar nuevas alianzas.
- Ampliar el personal en el Área de Comunicaciones para prestar apoyo eficaz a los procesos de Comfamiliar, permitiendo que se abarque toda la demanda de requisiciones y estar velando por un desarrollo integral de los objetivos propuestos, de esta manera se puede lograr que a todos los procesos se les puedan hacer de manera constante sugerencias para comunicación eficaz de lo que sucede al interior de sus Áreas.
- Considerar procesos de más unidad entre los procesos de Comunicaciones y Publicidad y Logística y Eventos para un manejo mucho más integral de la Imagen de la Institución.

Recomendaciones personales

- Considerar todo tipo de información a emitir de la manera más valiosa ya que ella será reflejo de la Institución
- Ser más propositiva en los procesos laborales, ya que a veces es necesaria la retroalimentación en los procesos

Referencias

- Al Ries – Jack Trout. (1992), Posicionamiento: *El concepto que ha revolucionado la comunicación publicitaria y la mercadotecnia*. McGraw-Hill
- Comfamiliar Risaralda. (2007-2010). Plan de Desarrollo, Ampliando el Horizonte Social
- Elías, J & Mascaray, J. (1998). Más allá de la comunicación interna: la intracomunicación. *Barcelona: Gestión 2000*.
- Escobar, Fernández Jorge. Comunicación Corporativa. Gestipolis. <http://www.gestipolis.com/> Recuperado el 1 de noviembre de 2010
- Gema Martínez. La Comunicación Corporativa: Variable estratégica en las variables no lucrativas. Razón y Palabra. No. 42. Diciembre 2004 a enero 2005 Universidad Carlos III de Madrid, España.
- Gil Montoya, Rigoberto, Colorado Grisales, Gustavo, y Tarazona Acevedo Álvaro. 50 Años Comfamiliar Risaralda, Historia de una Empresa al servicio de la Gente. Pereira: El Arca Perdida Editores, 2007
- Keller K. (2008), Administración Estratégica de Marca: *Branding*. Editorial Pearson Educación. México. Tercera edición
- Libaert, Thierry. El plan de Comunicación Organizacional (<http://blogs.periodistadigital.com/libros.php/2006/02/01/el-plan-de-comunicacion-organizacional-d>) Recuperado el 27 de noviembre de 2010

- Planes de Mercadeo, Servicios y Salud 2010. Comfamiliar Risaralda. Área de Mercadeo
- Van Riel, Cees, (1997). Comunicación Corporativa. Editoreal Prentice Hall
- Portal Jurídico, recuperado el 30 de septiembre 2010, tomado de <http://www.dmsjuridica.com/>
- Página Superintendencia del Subsidio Familiar, 2010, recuperado el 30 de septiembre de 2010, de www.ssf.gov.co
- Página Blog Periodista digital, Libros, El Plan de Comunicación Organizacional, Tomado el 27 de noviembre de 2010, de <http://blogs.periodistadigital.com/libros.php/2006/02/01/el-plan-de-comunicacion-organizacional-d>.

Apéndices

Apéndice A. Publicación Periódico La Tarde “Ventana Comfamiliar” Noviembre 5



Comfamiliar
RISARALDA

Ventana

Conozca el programa Subsidio al Desempleo FONEDE y todos los beneficios que tiene para las personas que se encuentran en situación de desempleo y que han estado afiliados a Comfamiliar Risaralda o a otra Caja de Compensación del país, mínimo un año en los últimos tres años y que cumplen con los requisitos establecidos por la Ley 2340/2003, quienes se encuentren en estas circunstancias, pueden postularse para recibir este beneficio a través de Comfamiliar Risaralda.

El subsidio equivale a un salario y medio mínimo legal mensual vigente, el cual se divide y otorga en seis cuotas mensuales iguales, las cuales se podrán hacer efectivas a través de aportes al sistema de salud, bonos alimenticios y/o educación, según la elección que haga el beneficiario, adicionalmente se ofrece capacitación a través de un programa de enseñanza para reintegrarse a la vida laboral.

Para acceder al subsidio, además de haber estado vinculado a una Caja de Compensación, la persona interesada debe carecer de algún ingreso económico, no estar afiliado a la fecha a ninguna EPS, ni Caja de Compensación como cotizante, ni como beneficiario, tener la disposición para trabajar inmediatamente y participar en los programas de capacitación para la inserción laboral.

Para Comfamiliar Risaralda es importante mejorar la calidad de vida del desempleado es por esta razón que se encuentran abiertas las convocatorias a la postulación para ser beneficiario de este subsidio.

Documentos para adjuntar a la solicitud

Fotocopia legible del documento de identidad del jefe cabeza de hogar y las personas a cargo, carta, decreto o resolución de entidad pública o privada donde conste la desvinculación laboral, certificado de desafiliación de la EPS como cotizante con sus personas a cargo, y certificado de afiliación si es de otra Caja de Compensación Familiar diferente a Comfamiliar Risaralda donde conste el tiempo de afiliación.

Para mayores informes y gozar de estos beneficios puede acercarse a la oficina del Fondo de Promoción al Empleo y Protección al Desempleado FONEDE de Comfamiliar Risaralda en la Avenida Circunvalar 3 – 01 Piso 1 o en el teléfono 3135600 Ext. 2202

Apéndice B. Publicación Periódico La Tarde “Ventana Comfamiliar” Octubre 8**Comfamiliar**
RISARALDA**Ventana**

A partir del 14 de octubre hasta el 17 del mismo mes, Comfamiliar Risaralda será anfitriona de los Juegos Intercajas de la Confraternidad 2010. Un evento recreodeportivo para los funcionarios de todas las Cajas de Compensación Familiar del País, en busca de la integración y la hermandad.

Para esta versión de los juegos, llegarán a Pereira, más de 2.000 deportistas de 36 Cajas de Compensación Familiar de todo el país, compitiendo en 24 disciplinas en los escenarios deportivos de Comfamiliar Galicia, como sede principal y otras instalaciones como La Bolera Comfamiliar, el Coliseo Menor, las canchas de fútbol de Turiscarga y el Club Campestre, entre otros.

Para Comfamiliar Risaralda, estas competencias implican un gran compromiso y se convierten en un reto que requiere el apoyo y trabajo en equipo con entidades públicas y privadas de la región, siendo estos juegos la oportunidad para mostrar a nivel nacional la cultura y los valores característicos de los pereiranos.

La importancia de los Juegos Nacionales Intercajas, no es sólo para Comfamiliar Risaralda, sino para Pereira y los sitios turísticos de la región, que se beneficiarán durante estos días, con la visita de los deportistas, que estarán hospedados en diferentes hoteles de la ciudad y visitarán lugares y zonas comerciales, lo cual redundará en el desarrollo económico y turístico de la región.

Queremos asegurar la mejor atención a nuestros invitados y dejar el nombre de Pereira en alto.

Comfamiliar Galicia, informa que durante el desarrollo de estas justas el Parque estará cerrado al público desde el jueves 14, hasta el domingo 17 de octubre, abriendo de nuevo el lunes festivo 18, ya que todas las instalaciones estarán destinadas para ofrecer las mejores condiciones a todos los visitantes que participarán en esta gran cita deportiva.

¡Se sienten los Juegos Nacionales Intercajas de la Confraternidad!

Apéndice C. Boletín de Novedades Comfamiliar Risaralda



Si no puede ver este boletín por favor de clic [aquí](#)

PRESENTACIÓN DE LAS LECCIONES APRENDIDAS DEL PROGRAMA MI CASA CON REMESAS



El próximo viernes 5 de noviembre se realizará el acto de presentación de las lecciones aprendidas del programa "Mi Casa con Remesas" por parte de los socios del convenio, en el Salón Sapán del Hotel de Pereira, a partir de las 8 a.m.

Este proyecto comenzó en el año 2007, como una iniciativa coordinada por Comfama en alianza público – privada con Bancolombia, Asocajas, el Ministerio de Relaciones Exteriores con el Programa Colombia Nos Une y las principales Cajas de Compensación del país, Cafam, Comfenalco Valle, Comfenalco Quindío, Confamiliares Caldas y Comfamiliar Risaralda.

En el marco de esta presentación, la Dra. Sofia Botero Uribe, Subdirectora de Cooperación Nacional e Internacional de la Caja de Compensación Familiar de Antioquia, Comfama, líder del Proyecto, contará las LECCIONES APRENDIDAS de la experiencia, migración y el uso productivo de las remesas y como invitado internacional estará el Doctor Manuel Orozco, Director del Programa Remesas y Desarrollo para el Diálogo Inter-Americano de Washington DC., quien dictará la conferencia "Economía Global de las Remesas".

Después de 3 años de ejecución, Mi Casa con Remesas ha logrado que 1.724 hogares colombianos con familias residentes en el exterior, cuenten con una vivienda en Colombia, destinando así 98 mil millones de pesos aproximadamente. Es importante resaltar que Colombia está entre los 10 países con mayores ingresos por remesas en Latinoamérica y que en el año 2009 ingresaron US\$ 4.145 millones por este concepto.

Gracias a esta canalización efectiva de las remesas hoy miles de compatriotas que están en el exterior han comprado una casa en Colombia. Durante el evento se mostrarán los beneficios del

programa y las aplicaciones futuras que redundarán en bienestar para los migrantes y sus familias.

VISITE NUESTRA PÁGINA WEB <http://www.comfamiliar.com>

Apéndice D. Boletín de Novedades Comfamiliar Risaralda

Si no puedes ver este boletín por favor da clic [aquí](#)
COMFAMILIAR RISARALDA TE INFORMA



Desde el 14 hasta el 17 de octubre, Comfamiliar Risaralda será anfitriona de los Juegos Intercajas de la Confraternidad 2010. Un evento recreodeportivo para los funcionarios de todas las Cajas de Compensación Familiar del País, que busca la integración y la hermandad.

Para esta versión de los juegos, llegarán a Pereira, más de 2.000 deportistas de 34 Cajas de Compensación Familiar de todo el país, compitiendo en 24 disciplinas en los escenarios deportivos de Comfamiliar Galicia, como sede principal y otras instalaciones como La Bolera Comfamiliar, el Coliseo Menor, las canchas de fútbol de Turiscarga y el Club Campestre, entre otros. Para Comfamiliar Risaralda, estas competencias implican un gran compromiso y se convierten en un reto que requiere el apoyo y trabajo en equipo con entidades públicas y privadas de la región, siendo estos juegos la oportunidad para mostrar a nivel nacional la cultura y los valores característicos de los pereiranos.

La importancia de los Juegos Nacionales Intercajas, no es sólo para Comfamiliar Risaralda, sino para Pereira y los sitios turísticos de la región, que se beneficiarán durante estos días, con la visita de los deportistas, que estarán hospedados en diferentes hoteles de la ciudad y visitarán lugares y zonas comerciales, lo cual redundará en el desarrollo económico y turístico de la región.

Queremos asegurar la mejor atención a nuestros invitados y dejar el nombre de Pereira en alto, por esto Comfamiliar Galicia informa que durante el desarrollo de estas justas, el Parque estará cerrado al público desde el jueves 14 hasta el domingo 17 de octubre, abriendo de nuevo el lunes festivo 18, ya que todas las instalaciones estarán destinadas para ofrecer las mejores condiciones a todos los visitantes que participarán en esta gran cita deportiva.

¡Se sienten los Juegos Nacionales Intercajas de la Confraternidad!

VISITE NUESTRA PÁGINA WEB <http://www.comfamiliar.com>

Apéndice E. Evento “Lecciones aprendidas Mi casa con Remesas” Noviembre 5 de 2010



Apéndice F. Evento “Mujer Comfamiliar 2010” 23 de septiembre 2010



Anexo A. Plan de Comunicaciones 2011

Anexo B. Volantes utilizados para promocionar eventos

El reportero en tiempos de Internet
 Celebración del Día del Periodista



Conferencista: Olga Lozano periodista y docente universitaria vinculada en la actualidad a la página de internet www.lasillavacia.com
 Fecha: miércoles 4 de agosto
 Hora: 7:00 p.m.
 Lugar: Auditorio 1 Área Cultural Comfamiliar Risaralda

ÁREA CULTURAL
Comfamiliar RISARALDA

Gran Concierto
 de fin de año **Pa' parrandear**
 Domingo 28 de noviembre
 A partir de la 1:00 p.m.

El Combo de Las Estrellas **Hernán Darío y sus Muchachos Decentes** **Los Cantores de Chipuco**



Ingreso con tarjetas habituales al parque

Invita Olímpica Km. 11 Via Pereira Cerritos Sector Galicia
 PBX: 313 5700 Opción 4 ó 313 5660

Comfamiliar GALICIA RISARALDA

Día de la Mascota
 ¡Vívelo con tu mejor amigo!



Ingresa GRATIS una persona por mascota

Desde las 8:00 a.m. en Comfamiliar Galicia
 vacunación, desparasitación
 vitaminización y concursos.

Se permite toda clase de mascota canina llevando collar y bozal

DOMINGO 14 DE NOVIEMBRE DE 2010
 INFORMES: 313 5600 Ext. 2804 - 2805
www.comfamiliar.com

Comfamiliar GALICIA RISARALDA