



# **ESTRATEGIA DE PARTICIPACION CIUDADANA**

**VERSION: 1**

**Bogotá D.C., 2012**

## Tabla de Contenido

### Contenido

Introducción .....	3
1. Canales de Participación .....	3
Página Web: .....	3
Teléfono fijo .....	3
Fax: .....	4
Correo electrónico: .....	4
Facebook/ Twitter/ Youtube:.....	4
Sede principal:.....	4
2. Mecanismos de Participación .....	4
Derecho de Petición:.....	4
Formulación de Consultas:.....	4
Queja o Reclamo: .....	4
Sugerencia:.....	5
Solicitud de Información: .....	5
Rendición de Cuentas:.....	5
3. Otros Mecanismos .....	7
Boletines de Prensa:.....	7
Ruedas de Prensa:.....	7
Redes Sociales: .....	7
Foro Virtual: .....	7
Eventos Institucionales: .....	8
Chat: .....	8
4. Tiempos de Respuesta de Canales de Comunicación .....	8
5. Actividades de Comunicación y participación Ciudadana.....	9

## Introducción

Con el fin de facilitar a todos los ciudadanos colombianos el ejercicio de dar a conocer información de la Entidad sobre los mecanismos y escenarios de participación promovidos, como herramienta para facilitar el conocimiento, promover la opinión frente al manejo de lo público, FINDETER ha diseñado un esquema de participación en los temas que considera más relevantes.

Este documento describe como FINDETER promueve la participación con el cliente o ciudadano abarcando diferentes canales, mecanismos y los tiempos establecidos para tal fin.

### 1. Canales de Participación

FINDETER cuenta con canales de comunicación y mecanismos de participación, que les permite a los ciudadanos – clientes, establecer un contacto directo donde brinda información asociada con la misión de la entidad, así como los productos y servicios de la misma. Por ésta razón han sido caracterizados de la siguiente manera:

**Página Web:** Canal de Comunicación creado para divulgar, publicar e interactuar permanentemente con los clientes y usuarios de Findeter.; que deseen obtener información relacionada con el portafolio de servicios de la Entidad, los requerimientos de Ley y la interacción ciudadana, fortalecer el mensaje institucional y la presencia corporativa en línea

Los espacios de participación ciudadana establecidos en la Página son: Contáctenos, encuesta, chat, foros, PQR) Ciudadano –Cliente. [www.findeter.gov.co](http://www.findeter.gov.co)

**Teléfono fijo:** Ciudadano – cliente, proveedores de servicios, entidades. 57 (1) 6230311 -6230388, extensión 513/517.

**Fax:** Este es un canal de comunicación oficial y directo que tiene Findeter para con sus grupos de interés, especialmente con aquellos que están apartados de las capitales o que no cuentan con canales de comunicación en línea. Ciudadano – cliente, proveedores de servicios, entidades. (571) 623 0260

**Correo electrónico:** Ciudadano – cliente, proveedores de servicios, entidades. [findeter@findeter.gov.co](mailto:findeter@findeter.gov.co)

**Facebook/ Twitter/ Youtube:** Ciudadano – cliente, proveedores de servicios, entidades. [www.facebook.com/findeter](http://www.facebook.com/findeter), @findeter, [www.youtube.com/watch?v=fEFWWNthqMc&feature=youtube\\_gdata\\_player](http://www.youtube.com/watch?v=fEFWWNthqMc&feature=youtube_gdata_player)

**Sede principal:** Ciudadano – cliente, proveedores de servicios, entidades. Calle 103 No. 19-20 Bogotá, D.C

## 2. Mecanismos de Participación

Herramientas mediante las cuales el ciudadano participa ejerciendo sus derechos que a la vez son de un gran valor en el tema jurídico de la entidad; FINDETER cuenta con los siguientes mecanismos:

### **Derecho de Petición:**

Facultad concedida a las personas para solicitar la actuación de las autoridades y obtener una pronta respuesta. Existe el **Derecho de Petición solo de información** que es aquel que informa sobre las actuaciones de FINDETER en relación con la expedición de copias de documentos y certificados.

### **Formulación de Consultas:**

Solicitud que realiza el ciudadano con el objeto de obtener un concepto o dictamen relacionado con los temas a cargo de FINDETER

### **Queja o Reclamo:**

Pone a disposición de los ciudadanos y en conocimiento de la Entidad, las irregularidades, inconformidades o hechos arbitrarios que se presenten relacionados con las funciones o el servicio que presta FINDETER.

### **Sugerencia:**

Recomendaciones en aspectos que puedan mejorar, facilitar, aclarar o regularizar las relaciones con los clientes y la correcta prestación de los servicios de FINDETER.

### **Solicitud de Información:**

Aquellas inquietudes o solicitudes recibidas por los canales de comunicación que FINDETER pone a disposición de los ciudadanos.

### **Este es un espacio en el cual los ciudadanos pueden opinar sobre soluciones a problemas que los afectan y por este mismo espacio se apoya en la resolución de los mismos que afecten a los grupos de interés de la Entidad. Rendición de Cuentas:**

Teniendo en cuenta que el quehacer misional de la Financiera está enfocado a generar bienestar en los colombianos, la Rendición de Cuentas se concibe como un escenario de diálogo permanente entre Findeter y la ciudadanía en general, las organizaciones de la sociedad civil, las asociaciones privadas y públicas y demás partes interesadas, con el propósito de propiciar la construcción de país a través del consenso y la participación ciudadana.

El diálogo es un ejercicio dinámico de intercambio de ideas en el cual la ciudadanía no solamente asume el ROL de exigir un adecuado manejo de los recursos, sino que trasciende a una actitud propositiva y de trabajo en equipo, en el cual ve plasmados sus anhelos en proyectos concretos en búsqueda de la satisfacción de las necesidades de la comunidad. Es decir, se hace también participe de la consecución de las metas establecidas.

Para ello, en consonancia con la Estrategia de Gobierno en Línea del Gobierno Nacional, la Entidad tiene dispuestos diversos canales de comunicación y participación tales como Chats, Twitter, Facebook, la página web de Findeter, Foros, entre otros, a través de los cuales puede expresar sus expectativas sobre la función de la Entidad.

El punto de partida para activar ese diálogo con la ciudadanía, es darle a conocer cuáles han sido sus ejecutorias, logros y dificultades en un periodo de tiempo dado, el cual se ha estimado uniforme con el del Gobierno Nacional, facilitando de ésta manera un marco de referencia que posibilite implementar las evaluaciones y análisis que se constituyen en insumo para los nuevos programas y proyectos a desarrollar como resultado del ejercicio en cuestión.

Para tal efecto, Findeter publica a través de su página web [www.findeter.gov.co](http://www.findeter.gov.co) entre los meses de octubre y noviembre de cada año, un informe de gestión, el cual incorpora temas Administrativos, Comerciales, Financieros, Humanos, Ambientales, Tecnológicos y demás, sobre los cuales se puede profundizar en los canales antes mencionados.

De igual manera, sobre este instrumento la Entidad en cabeza de su Presidente, prepara los aspectos relevantes que se disponen al escrutinio público mediante la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas del Sector Hacienda.

Sin embargo, conscientes que la sola disposición de todos los instrumentos dispuestos a través de la Estrategia de GEL por sí solos no van a suscitar el interés de la ciudadanía por expresar sus opiniones sobre las ejecutorias de la Financiera, realiza adicionalmente una serie de actividades con el fin de reclamar la atención de la ciudadanía, entre las cuales se pueden mencionar:

- -Incorporación de un banner en la página web que despliega el “Informe de Rendición de Cuentas Institucional”, conectado con la página web del Ministerio de Hacienda y Crédito Público.
- -Invitación a través de medios electrónicos a la ciudadanía en general, las organizaciones de la sociedad civil, las asociaciones privadas y públicas y demás partes interesadas a participar activamente en la Rendición de Cuentas.
- -Divulgación de la Rendición de Cuentas a través de los diferentes medios de comunicación a nivel nacional (Radio, Prensa, Televisión).
- -Envío por medios electrónicos del Informe de Rendición de Cuentas Institucional a partes interesadas vinculadas con el quehacer misional de la Entidad.
- -Incorporación de un banner en la página web que comunique directamente al Ministerio de Hacienda y Crédito Público que posibilite la inscripción de la ciudadanía en general que esté interesada en asistir a la Rendición de Cuentas.
- -Invitación y realización de un Foro virtual previo al evento formal de Rendición de Cuentas, espacio a través del cual se condensarán inquietudes de la ciudadanía que podrán ser aclarados el día del evento formal.
- -Realización formal de la Rendición de Cuentas Institucional y Sectorial mediante transmisión en directo por RTVC Canal Institucional.
- -Implementación de la encuesta de evaluación de la Rendición de Cuentas al finalizar el evento.

Finalmente, para cerrar todo el ejercicio de la Rendición de Cuentas, la Oficina de Control Interno de Gestión de la Entidad realiza una evaluación general del proceso antes descrito, cuyos resultados permitirán implementar las acciones correctivas y/o

de mejora que coadyuven a enriquecer y perfeccionar cada evento futuro en los cuales se cuente con la participación activa de la ciudadanía.

### **3. Otros Mecanismos**

#### **Boletines de Prensa:**

Actividad establecida dentro de la Estrategia de Prensa de la Entidad, para difundir permanentemente los resultados de gestión de Findeter, el impacto social de su estrategia, la información corporativa, el portafolio de servicios y su participación en políticas y programas del Gobierno Nacional, a través de información de interés regional o nacional.

Esta información de interés para toda la ciudadanía, es canalizada a través de los diferentes medios masivos de comunicación, con el fin de garantizar que la información llegue a todos los públicos, de manera clara, oportuna y efectiva.

#### **Ruedas de Prensa:**

Son escenarios de participación en los que Findeter convoca a medios masivos de comunicación y a la comunidad en general, para que conozcan por parte del vocero Oficial de Findeter (Presidente) los resultados de gestión que permanentemente realiza la Entidad en diferentes regiones del país

#### **Redes Sociales:**

Con el fin de divulgar el mensaje institucional, promocionar el portafolio de servicios, y generar un mayor acercamiento con la comunidad virtual, Findeter se abre espacio en las Redes Sociales, en donde gestiona diariamente información de interés para la sociedad a través de sus cuentas de Twitter, Facebook y Youtube.

#### **Foro Virtual:**

Establecido a través de la Página Web Institucional como servicio de información sobre los productos de interés para la comunidad en general, entre ellos por ejemplo: Vivienda de Interés social, Crédito de Redescuento para financiar proyectos de infraestructura, Plataforma de Ciudades Sostenibles y Competitivas y Responsabilidad Social Empresarial, entre otros.

El Foro hace parte del portafolio de los canales de atención al cliente establecidos por Findeter para ofrecerle una atención oportuna. Este medio permite la comunicación de la Entidad con clientes a través de una programación temática.

### Eventos Institucionales:

Programados por todo el país, con el fin de hacer presencia institucional fuerte y estratégica con cada uno de nuestro públicos objetivos. Y generar una relación personalizada con la ciudadanía que esté interesada en conocer en detalle lo que hacemos en Findeter.

Estos eventos son un **espacio donde se presenta información abierta** como por ejemplo las reuniones de Acuerdos para la Prosperidad, donde Findeter presenta información de desembolsos por departamento, negocios destacados y potenciales y demás información de interés en las regiones.

### Chat:

Servicio de información que hace parte del portafolio de los canales de atención al cliente establecidos por Findeter, para ofrecerle una atención oportuna. Este medio permite la comunicación de la Entidad con clientes que se encuentran en diferentes lugares del país, de manera virtual; a través de una interacción inmediata y en unos horarios previamente establecidos por Findeter.

## 4. Tiempos de Respuesta de Canales de Comunicación

Mecanismo	Tiempo de respuesta	Responsable
Derecho de Petición	Se cuenta con un tiempo de respuesta de 15 días hábiles.	Secretaria general
Derecho de Petición solo de información:	Tiempo <b>máximo</b> de respuesta de 10 días hábiles.	Secretaria general
Formulación de Consultas:	Tiempo de respuesta de máximo 30 días hábiles.	Jefatura de Mercadeo
Queja o Reclamo	Tiempo de respuesta de 15 días hábiles, tanto para quejas como para reclamos.	Secretaria general
Solicitud de Información:	Tiempo de respuesta de 15 días hábiles.	Jefatura de Mercadeo
Rendición de Cuentas:	Se realiza una vez al año invitando a la ciudadanía a participar.	Gerencia de Planeación
Boletines de Prensa	Se realiza semanalmente, de	Dirección de

	acuerdo con estrategia de Prensa.	Comunicaciones
<b>Ruedas de Prensa</b>	Se convoca de acuerdo con la Estrategia de Prensa y las Rondas de Negocio que realiza el vocero principal.	Dirección de Comunicaciones
<b>Redes Sociales</b>	Se realiza diariamente cubrimiento de gestión a través de estos canales de interacción ciudadana.	Dirección de Comunicaciones
<b>Foro Virtual</b>	Se realiza de acuerdo con la estrategia de Mercadeo y Comunicaciones.	Jefatura de Mercadeo
<b>Eventos Institucionales</b>	Se realiza permanentemente por todo el país, de acuerdo con un cronograma de eventos anual.	Jefatura de Mercadeo
<b>Chat</b>	Se presta todos los días el servicio a través del área de Servicio al Cliente.	Jefatura de Mercadeo

## 5. Actividades de Comunicación y participación Ciudadana

ACTIVIDADES	TIEMPO
<b>PÁGINA WEB</b>	
Publicar noticias de interés para la ciudadanía	Diariamente
Publicar resultados de gestión de la Entidad	Mensual, Trimestral, Semestral y Anual
Generar banner promocionales, para informar a la ciudadanía los productos de su interés	De acuerdo con Productos y Servicios de Interés
Publicar material audiovisual que le permita a la ciudadanía conocer las rondas de negocio, realizadas en su Región, por interés general y/o seguimiento	Mensualmente
<b>REDES SOCIALES</b>	
Atender diariamente los comentarios	Diariamente

generados en el muro de Facebook y los tweets publicados por los diferentes usuarios	
Enviar al área de Servicio al Cliente, los PQR que lleguen a través de las Redes Sociales, para el debido trámite y seguimiento	Cuando se presente el caso
Difundir a través de estos canales las noticias de la Entidad, que sean de interés para la ciudadanía en general	Diariamente
Difundir a través de estos canales, noticias de otras entidades del Gobierno Nacional y de otros temas relacionados con el objeto de Findeter, que sean de interés para la comunidad.	Permanentemente
<b>EVENTOS INSTITUCIONALES</b>	
Realizar y participar en eventos del Gobierno Nacional, gremiales, empresariales y de convocatoria general a la ciudadanía, con el fin de divulgar la misión de Findeter y el resultado de su impacto social en las regiones	De acuerdo con la agenda de eventos proyectada
Realizar conferencias a grupos específicos, con el fin de capacitar y formar sobre el objeto de Findeter, con el fin de ampliar el panorama de conocimiento e incrementar el nivel de participación de los clientes-usuarios.	Permanentemente
<b>ESTRATEGIA DE PRENSA</b>	
Publicar y divulgar a través de boletines de prensa, los resultados de gestión de Findeter en las diferentes regiones del país, a través de créditos que beneficien a la comunidad o programas especiales que adelanten la Financiera, para mejorar la calidad de vida de los colombianos	Permanentemente
Convocar a ruedas de prensa regionales, que le permita a los periodistas locales conocer el impacto social de las obras financiadas por Findeter o los programas adelantados, para que a través de estos se entere la comunidad.	Cuando se presente la oportunidad
<b>FOROS VIRTUALES</b>	
Programar Foros Virtuales Temáticos que le permitan a Findeter interactuar con los usuarios que quieran conocer en detalle las	Cada dos meses

<p>actividades que realiza la Entidad, y así puedan acceder a este tipo de proyectos, en beneficio de sus comunidades.</p> <p>Algunos de los temas que se tratan en los foros son:</p> <p>Rendición de cuentas</p> <p>Aspectos de planeación estratégica</p>	
--	--