EXPONE CORREOS DE CUBA SUS EXPERIENCIAS EN MATERIA DE COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL ANTE COMUNICADORES SOCIALES DE LOS OACE Y LAS OSDE

El pasado jueves 13 de abril, el Grupo Empresarial Correos de Cuba (GECC) expuso sus experiencias y resultados en materia de comunicación institucional ante los comunicadores sociales de la Organismos de la Administración Central del Estado (OACE) y varias de las Organizaciones Superiores de Dirección Empresarial (OSDE) de nuestro país, en reunión efectuada en la sede del Comité Central del Partido Comunista de Cuba (CC-PCC).

Con la presencia de Elsa Agüero Escobar, funcionaria del Departamento Ideológico del CC-PCC y Carlos Asencio Valerino, presidente de Correos de Cuba, y ante unos 50 directivos y especialistas de comunicación social de los OACE y las OSDE, el director de Comunicación Institucional del GECC, Máster José Manuel Valido Rodríguez, expuso los avances de la organización postal cubana en materia de comunicación y en la vinculación con sus públicos.

Luego de explicar brevemente la historia del correo cubano, su actual estructura, particularidades y servicios, el directivo hizo referencia a que cuando se constituyó el Grupo Empresarial, en mayo del 2013, lo primero que se hizo fue un estudio diagnóstico del estado de la comunicación interna y externa, cuyos resultados permitió identificar las debilidades, fortalezas, amenazas y oportunidades que tenía la organización; y se elaboraron, aprobaron y pusieron en vigor las Bases Generales (Políticas) para la Gestión de la Comunicación Institucional y la Estrategia de Comunicación, comunes para todas las entidades.

Señaló que a partir del 2014 se aprobó un Plan Anual de Comunicación con

acciones que se fueron implementando mensualmente en la Oficina Central de la OSDE y en cada una de las empresas del Grupo; se destinó un presupuesto anual para asegurar la gestión de comunicación; se implementó el Manual de Identidad Visual, con el nuevo logotipo y slogan Correos de Cuba !Al servicio de todos!, en el cual se ha venido trabajado en las instalaciones, los vehículos y otros soportes; se organizó la dirección de Comunicación Institucional en la OSDE, y se designaron y prepararon los especialistas para atender esta tarea en las empresas.

Explicó como en los últimos cuatro años se han desarrollado acciones de capacitación con los especialistas de comunicación institucional y atención a la población de la OSDE y las empresas, entre las que sobresale el Taller Anual de Calidad Percibida, Protección al Consumidor y Comunicación (CALIPROT).

Dijo, además, que la Dirección de Comunicación Institucional realiza acciones de control y ayuda a las empresas y oficinas de correos, para supervisar y evaluar la gestión de comunicación y el sistema de atención a la población y de protección al consumidor.

El directivo explicó que los esfuerzos del Grupo en materia de comunicación institucional han estado dirigidos a acercar cada vez más la organización a sus públicos, tanto internos como externos. Señaló que de los casi 10 mil trabajadores de Correos de Cuba, al cierre de marzo de este año, 1137 (11,3%) tenían acceso a Internet y a las Redes Sociales, aspecto en el cual influyen las limitaciones objetivas de informatización de las unidades y del ancho de banda de la red del Grupo Empresarial.

Expuso que en interés de fortalecer la comunicación externa, jóvenes del Centro Principal Tecnológico Postal y de la Dirección de Comunicación Institucional, crearon el sitio web en Internet www.correos.cu, con una imagen más atractiva, mayores posibilidades de información en más 100 idiomas, incluida la retroalimentación con los públicos; en el que hasta marzo se habían publicado 198 informaciones sobre la gestión empresarial, los servicios y eventos de

Correos de Cuba, así como otros temas de interés; y que los usuarios de la web han publicado 4360 comentarios, es decir, unas 8 opiniones por día.
Se refirió a que esos mismos jóvenes, con particular destaque del ingeniero Alain Alea Boffill, presente también en la reunión, crearon una aplicación APK para sistemas operativos Android, que permite a los usuarios descargar el sitio web de Correos de Cuba en los celulares y tener acceso a todas las bondades de la web; y que solo para los rastreadores debía tenerse conexión wifi.
Valido Rodríguez señaló, además, que *"nos insertamos en las redes sociales; identificamos y capacitamos a los líderes de opinión; hacemos análisis de información; definimos las líneas de mensaje; generamos los contenidos; monitoreamos el impacto y lo que se dice del correo cubano; damos respuesta a las solicitudes e insatisfacciones de nuestros públicos y, hasta el cierre de marzo, a nuestro perfil institucional en Facebook habían accedido 113 864 usuarios; 6430 habían marcado ME GUSTA; 1731 veces habían sido compartidas las informaciones publicada; y se habían emitido 1183 comentarios".*
Hizo referencia a la cuenta que el Grupo creó en Twitter, @CorreosdeCuba, la que tenía sólo 215 seguidores y que se habían publicado 309 tweets. Dijo que esa era la red social en la que Correos de Cuba había tenido un menor impacto.

Explicó que la organización cuenta, además, con un canal en YouTube en el que se han publicado decenas de spot de bien público y otros audiovisuales para ese y otros espacios, sobre los diferentes servicios, campañas comerciales y eventos de Correos de Cuba y de la Federación Filatélica Cubana.
Señaló que se fortalecieron los vínculos con los medios de comunicación masiva nacionales y provinciales; así como con los equipos de atención al lector de Granma, Juventud Rebelde y Trabajadores; y que se habían publicado 36 spot en la TVC, los Telecentros y sitios digitales; 53 trabajos en el Sistema Informativo y otros espacios de la TVC; 108 informaciones en la radio y 97 trabajos en la prensa escrita.

Explicó que en interés de fortalecer la comunicación interna, se creó la intranet.correos.cu en la que, hasta el cierre de marzo, se habían publicado 724 informaciones; se elaboró un video institucional cuya versión del 2017 está subtitulada al inglés; que se emplean diversos flujos y canales de comunicación interna, como son los matutinos semanales, los murales informativos, el correo electrónico y los boletines digitales, entre estos últimos, destacó a Correos al Día, en el cual resaltó la labor de la licenciada Anaisy Quintana Pérez y el diseñador

Yoanny Gutiérrez Guerra, también invitados a esa reunión.
Hizo referencia a que otras entidades del Grupo ya cuentan también con su boletín digital, como son el Noticorreo de Villa Clara, El Yayabo de Sancti Spíritus, Desde dentro de Guantánamo, El Semanal de Habana Este; y El Capacitador de la Escuela de Correos.

Valido Rodríguez explicó que *"se implementó un nuevo procedimiento de atención a la población y protección al consumidor, más ajustado a las particularidades actuales del correo en nuestro país y del servicio postal en el mundo; perfeccionamos la imagen de Correos de Cuba en la contraportada de la revista Bohemia en función de promocionar nuestro sistema de protección al consumidor y las campañas comerciales; se diseñó un Módulo de Incidencias-Quejas dentro del Sistema Integrado Postal (SIP), que nos permite un mejor registro, seguimiento y control de las quejas de los clientes y de las respuestas que les ofrecemos".*
Dijo que a partir de ese Módulo, *"trabajamos en el diseño e implementación de un Sistema de Calidad Percibida que nos permita, mediante encuestas y otras técnicas de medición, perfeccionar y hacer más eficaz nuestro sistema de atención al cliente y protección al consumidor".*

El directivo de Correos de Cuba señaló que *"están identificados los problemas que nos afectan y sus causas, objetivas y subjetivas, y nos concentramos sobre todo en los factores subjetivos, cuya solución depende de nosotros mismos; tenemos claridad meridiana de lo que nos falta por hacer en materia de comunicación institucional y, en particular, lo que aún debemos mejorar en la calidad de los servicios que brindamos al pueblo, que es nuestra razón de ser".*
En una intervención que resultó muy bien acogida por los comunicadores de los OACE y las OSDE presentes en esta reunión efectuada en el Comité Central del Partido, el director de Comunicación Institucional del Grupo Empresarial expresó finalmente que *"nuestro principal objetivo es lograr que exista una correspondencia entre el trabajo que realizamos en materia de comunicación institucional y de vinculación con nuestros públicos, y la calidad que percibe la población y los clientes de los servicios que brinda Correos de Cuba".*