



ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN 2022

SUBDIRECCIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN

Conceptos de años desde el inicio de la administración



2022, un año icónico para el Infonavit



- Se cumplen 50 años de la fundación del Instituto.
- Los esfuerzos institucionales se enfocarán en brindar una atención expedita y sin fricciones a los derechohabientes y acreditados.
- Es un momento idóneo para comunicar la refundación del Instituto, con base en los valores originales que definen la relación con sus principales públicos: las y los trabajadores de México y el sector aportante.

Por eso, en 2022,
el concepto rector de comunicación será:



**EL INFONAVIT AL SERVICIO
DE LAS Y LOS TRABAJADORES DE MÉXICO**

El Infonavit de las y los trabajadores que:

- **Se adapta a las necesidades reales de la gente**, flexibilizándose para brindar atención de manera amable y resolutive a todos sus derechohabientes en centros de servicio y otros canales de atención.
- **A través de su trabajo diario** administra y protege el fondo para que todas y todos los trabajadores derechohabientes puedan tener acceso a soluciones de vivienda.
- **Al asegurar que su empleador** realice las aportaciones correspondientes, coadyuva a garantizar el acceso a la vivienda adecuada.
- **Asegura que las personas** trabajadoras accedan al dinero que tienen en su SCV al final de su vida laboral, en los casos que tengan algún monto acumulado.
- Quiere hablar de manera **clara, sencilla y transparente**.
- Trabaja con **pasión y compromiso** por la clase trabajadora de México.

El Infonavit al servicio de las y los trabajadores de México

De los trabajadores para los trabajadores

- Todas las actividades de comunicación hacia el exterior estarán enfocadas en recordar el principio fundacional del Infonavit: **el fondo es de las y los trabajadores y todas sus acciones están encaminadas a brindarles bienestar a través del acceso a una vivienda adecuada.**
- Esto se logrará a través de una mezcla de **campañas publicitarias y testimoniales de trabajadoras y trabajadores reales.**

Año de la atención

- El eje rector de los mensajes y su conceptualización se alinearan a **motivar al personal para buscar la excelencia en el servicio**, ya sea desde una oficina o en contacto directo con la derechohabiente, destacando el valor de cada actividad que se realiza en la experiencia final de las y los usuarios.
- Para ello se preparan **piezas comunicativas desde una tono emocional y afectivo que promueva la empatía** y ponerse en el lugar de la derechohabiente (decálogo de la excelencia).

Metas e iniciativas de la SGCom para 2022



Consolidar Infonavit Fácil como catalizador de la experiencia de derechohabientes y acreditados.

Trimestre 2022	Objetivos
1	<ul style="list-style-type: none"> • Planear una campaña 360° de difusión de Infonavit Fácil y adquisición de leads para Socio Infonavit. • Lanzar la campaña 360° a más tardar el 15 de marzo 2022. • Plantear estructura y funciones básicas de la Gerencia de Control Editorial. • Realizar el reclutamiento y establecer rocas del T2 al T4 de la Gerencia de Control Editorial. • Realizar levantamiento, diagnóstico y propuesta de ordenamiento de canales de comunicación y atención no resolutive. • Elaborar el modelo operativo de la activación Infonavit en tu Colonia.
2	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar la recomendación de modelo automatizado de mercadotecnia. • Poner en marcha la producción de contenidos para los canales de comunicación y atención no resolutive. • Poner en marcha la utilización de datos obtenidos de parte de desarrolladores y bancos con los que el Instituto tiene firmados convenios de colaboración.
3	<ul style="list-style-type: none"> • Presentar el diagnóstico de experiencia de usuario de Infonatel, Kioskos Digitales y App.
4	<ul style="list-style-type: none"> • Contar con al menos 200,000 registros en la base de datos de Socio Infonavit para poder enviar materiales de comunicación de manera directa.

Liderar, en conjunto con Operaciones y TI, los esfuerzos del proyecto Experiencia Infonavit Digital.

Trimestre 2022	Objetivos
1	<ul style="list-style-type: none">• Validar en términos de diseño y tono los prototipos finales que serán puestos en producción del Portal Mx y Mi Cuenta Infonavit.
2	<ul style="list-style-type: none">• Ejecutar campaña de comunicación del relanzamiento del Portal Mx y Mi Cuenta Infonavit.• Consolidar la funcionalidad de Infonavit Fácil con el Portal Mx.
3	<ul style="list-style-type: none">• Presentar un diagnóstico de UX/UI del nuevo diseño de Portal Mx y Mi Cuenta Infonavit para emitir recomendaciones de posibles mejoras.
4	<ul style="list-style-type: none">• Elaborar prototipo para puesta en producción del portal empresarial para ser puesto en producción durante 2023.• Presentar un diagnóstico de UX/UI de la app móvil.

Mezcla de comunicación por campaña

Campaña	Vehículos de comunicación
Infonavit Fácil <i>Always On</i>	Sitio (actualización de contenidos), Socio Infonavit (adquisición de <i>leads</i>), <i>podcast</i> , <i>newsletter</i> , SEM, entrevistas, notas Infonavit Fácil
Comunicación social	Comunicados, entrevistas, notas informativas
De los trabajadores para los trabajadores	Televisión, radio, cine, <i>out of home</i> , digital
Trabajadores que inspiran	Sección Historias Infonavit de Infonavit Fácil, televisión, cine, digital
Lanzamiento de productos	Ruedas de prensa, comunicados, entrevistas, menciones medios masivos, testimoniales, digital
Mi Cuenta Infonavit <i>Always On</i>	SEM, digital, comunicados, Infonavit Fácil, menciones en medios masivos, punto de venta
Campañas locales	Dependiendo de objetivo de negocio y necesidad operativa

50 aniversario Infonavit



Trimestre 2022	Objetivos
1	<ul style="list-style-type: none">• Planear campaña interna 50 Aniversario Infonavit• Realizar programación de eventos 2022 del 50 aniversario• Proponer calendario de Mesas de Trabajo Itinerantes• Coordinar actividades de las Mesas de Trabajo del 50 Aniversario del Infonavit de las sesiones ordinarias 3, 4, 5, así como de las extraordinarias que se acuerden.
2	<ul style="list-style-type: none">• Lanzar campaña interna 50 Aniversario Infonavit• Realizar aperturas de los eventos clave del 50 aniversario• Ejecutar eventos del 50 aniversario del Infonavit• Coordinar actividades de las Mesas de Trabajo del 50 Aniversario del Infonavit de las sesiones ordinarias 6, 7, 8, así como de las extraordinarias que se acuerden.
3	<ul style="list-style-type: none">• Ejecutar eventos del 50 aniversario del Infonavit• Coordinar actividades de las Mesas de Trabajo del 50 Aniversario del Infonavit de las sesiones ordinarias 9, 10, 11, así como de las extraordinarias que se acuerden.
4	<ul style="list-style-type: none">• Ejecutar eventos del 50 aniversario del Infonavit• Coordinar actividades de las Mesas de Trabajo del 50 Aniversario del Infonavit de las sesiones ordinarias 12, 13, 14, así como de las extraordinarias que se acuerden.

Año de la Atención

Trimestre 2022	Objetivos
1	<ul style="list-style-type: none">• Elaborar plan de comunicación interna a nivel nacional• Elaborar y ejecutar plan de eventos 2022• Lanzar campaña interna Año de la Atención
2	<ul style="list-style-type: none">• Ejecutar campaña de comunicación interna• Realizar giras a las delegaciones y CESI para amplificar la campaña
3	<ul style="list-style-type: none">• Ejecutar campaña de comunicación interna• Realizar giras a las delegaciones y CESI para amplificar la campaña
4	<ul style="list-style-type: none">• Ejecutar campaña de comunicación interna• Realizar giras a las delegaciones y CESI para amplificar la campaña

Consolidación de canales internos

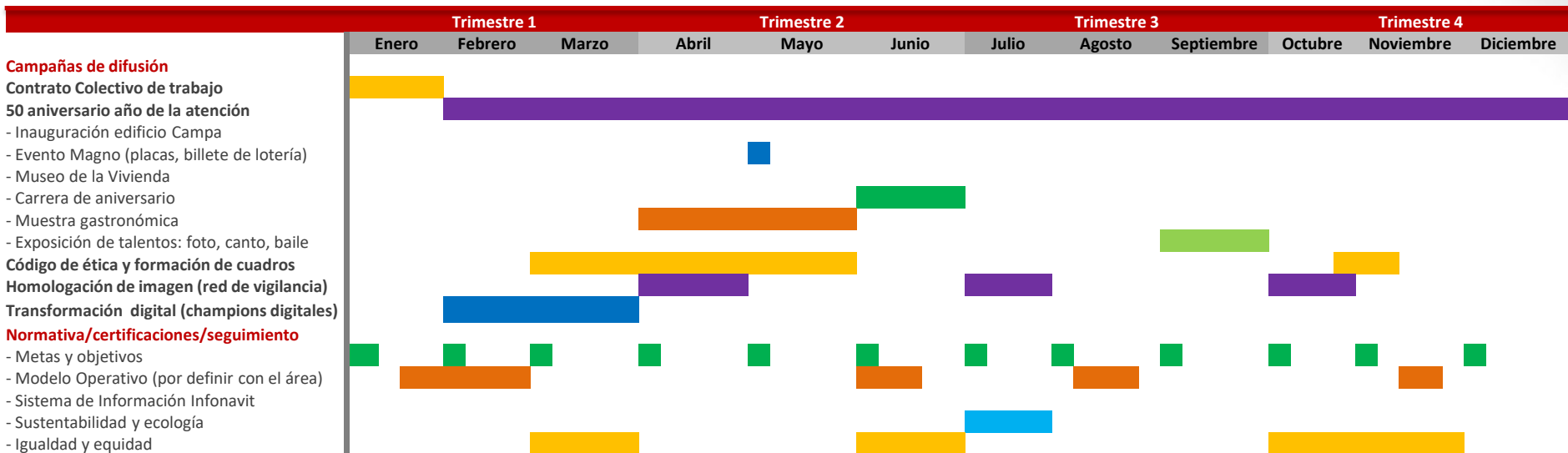
Trimestre 2022	Objetivos
1	<ul style="list-style-type: none">• Contar con plataforma/solución tecnológica propia para manejo de canales internos• Definir la política de Comunicación Institucional• Actualizar la normativa de Comunicación Interna y hacerla de conocimiento de todas las áreas del Instituto• Elaborar plan de campañas internas 2022
2	<ul style="list-style-type: none">• Publicar Política de Comunicación Institucional• Actualizar la normativa de Comunicación Interna y hacerla de conocimiento de todas las áreas del Instituto• Desarrollar propuesta de actualización de Intranet Institucional• Consolidar Red de Comunicación Interna con Delegaciones y áreas del Instituto (oficinas centrales)
3	<ul style="list-style-type: none">• Actualizar la normativa de Comunicación Interna y hacerla de conocimiento de todas las áreas del Instituto
4	<ul style="list-style-type: none">• Actualizar la normativa de Comunicación Interna y hacerla de conocimiento de todas las áreas del Instituto• Evaluar la plataforma de administración de canales internos

Campañas de Comunicación Interna 2022



Campaña	Vehículos de comunicación
Código de Ética (formación de cuadros)	Informavit, Newsletter, Mailing interno, Blog, material BTL con despliegue nacional
Contrato Colectivo de Trabajo 2022	Informavit, Newsletter, Intranet (apartado), Mailing Interno
50 Aniversario Fonavit	Informavit, Newsletter, Mailing interno, Blog, Streaming (tv y radio Fonavit)
Año de la Atención	Informavit, Newsletter, Mailing interno, Streaming (tv y radio Fonavit)
Socialización de manual de identidad y formatos	Informavit, Newsletter, Intranet, Mailing interno
Difusión normativa: transparencia, seguridad de la información, manual operativo, administración de archivos, SII, otros	Informavit, Intranet, Mailing interno, Blog, pantallas
Difusión certificaciones: igualdad y equidad, responsabilidad ambiental, otros	Informavit, Intranet, Mailing interno, Blog, pantallas, material BTL con despliegue nacional

Cronograma de campañas Internas



La programación de algunas actividades serán determinadas una vez que las áreas líderes establezcan fechas precisas