

|   |  |                           |             |
|---|--|---------------------------|-------------|
| <br><b>ALCALDÍA MAYOR<br/>DE BOGOTÁ D.C.<br/>HÁBITAT</b><br>Caja de Vivienda Popular | <b>PROCEDIMIENTO COMUNICACIÓN<br/>ESTRATÉGICA INTERNA Y/U<br/>ORGANIZACIONAL</b> | Código: 208-COM-Pr-05     |             |
|   |  | Versión: 3                | Pág. 1 de 9 |
|   |  | Vigente desde: 24-11-2016 |             |

## 1. OBJETIVO

Articular estratégicamente las acciones de la Oficina Asesora de Comunicaciones de cara a la misión, visión, valores, principios, el Plan Institucional y las necesidades de comunicación que surgen de la interacción de nuestra entidad con los actores internos con los que establece relaciones; para desarrollar una comunicación integral, alineada y efectiva en nuestra organización, que construya relaciones transparentes y de confianza.

## 2. ALCANCE

Inicia con las necesidades, requerimientos, expectativas y/o propuestas sobre los servicios, el funcionamiento, la gestión, los resultados de la Entidad, entre otros, con base en los siguientes documentos: Plan Institucional, Plan Estratégico de Comunicaciones vigente o del año anterior, Planes de mejoramiento, Matriz de Comunicaciones, ficha técnica para la solicitud de contenidos acciones y-o campañas comunicacionales, o necesidades puntuales de la Alta dirección. Termina con la realización de campañas, producción y publicación periódica de piezas comunicativas en los medios internos, monitores, carteleras, Intranet, correo electrónico, pendón, etc. provistos en la Caja de la Vivienda Popular.

## 3. RESPONSABLES

- La responsabilidad de la búsqueda de la información y la producción de contenidos escritos de piezas comunicativas internas es del Profesional Universitario de la Oficina Asesora de Comunicaciones
- La responsabilidad de las piezas gráficas digitales, impresas y audiovisuales que sean necesarias para acompañar la producción de piezas comunicativas internas es del Profesional Universitario de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- La aprobación final para publicación y/o divulgación de las piezas comunicativas, independiente del medio es responsabilidad Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
- La responsabilidad de las piezas gráficas impresas y de las piezas audiovisuales que sean necesarias para acompañar la producción de piezas comunicativas internas es del Profesional Universitario de la OAC.

| Elaboró  | Revisó   | Aprobó  |
|--|--|---|
| Luis Alexander Peña Cadena<br>Contratista Oficina Asesora de<br>Comunicaciones | Marcela Sierra Cuello<br>Jefe Oficina Asesora de<br>Comunicaciones | Marcela Sierra Cuello<br>Jefe Oficina Asesora de<br>Comunicaciones<br><br>Carlos Francisco Ardila<br>Jefe de la Oficina Asesora de<br>Planeación. |
| Fecha: 10-11-2016  | Fecha: 17-11-2016  | Fecha: 24-11-2016   |



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.  
HÁBITAT  
Caja de Vivienda Popular

## PROCEDIMIENTO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA INTERNA Y/U ORGANIZACIONAL

Código: 208-COM-Pr-05

Versión: 3

Pág. 2 de 9

Vigente desde: 23-11-2016

### 4. NORMATIVIDAD

| TIPO       | No.  | TEMA   | FECHA | ORIGEN   |           |       |
|------------|------|--|-------|----------|-----------|-------|
|            |      |  |       | Nacional | Distrital | Otras |
| Ley        | 1712 | Por medio de la cual se crea la ley de transparencia y del derecho de acceso a la información pública nacional y se dictan otras disposiciones   | 2014  | X        |           |       |
| Decreto    | 371  | Por la cual se establecen lineamientos para preservar y fortalecer la transparencia y para la prevención de la corrupción en las Entidades y Organismos del Distrito Capital Artículo 4: (De los Procesos de la participación ciudadana y control social en el Distrito Capital) | 2010  |          | X         |       |
| Guía       | N/A  | GUÍA DE USO DE IMAGEN INSTITUCIONAL - ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ 2016-2019 (BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS)   | 2016  |          | X         |       |
| Decreto    | 2693 | "Por el cual se establecen los lineamientos generales de la Estrategia de Gobierno en línea de la República de Colombia, se reglamentan parcialmente las Leyes 1341 de 2009 y 1450 de 2011, Y se dictan otras disposiciones"   | 2012  | X        |           |       |
| Resolución | 3085 | Por el cual la entidad adopta el Ideario Ético del Distrito  | 2009  |          | X         |       |
| Resolución | 3564 | Por la cual se reglamentan artículos del Decreto 1081 de 2015  | 2015  | x        |           |       |

|   |  |                           |             |
|---|--|---------------------------|-------------|
| <br><b>ALCALDÍA MAYOR<br/>DE BOGOTÁ D.C.<br/>HÁBITAT</b><br>Caja de Vivienda Popular | <b>PROCEDIMIENTO<br/>COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA<br/>INTERNA Y/U ORGANIZACIONAL</b> | Código: 208-COM-Pr-05     |             |
|   |  | Versión: 3                | Pág. 3 de 9 |
|   |  | Vigente desde: 23-11-2016 |             |

| TIPO    | No. | TEMA  | FECHA | ORIGEN   |           |       |
|---------|-----|---|-------|----------|-----------|-------|
|         |     |   |       | Nacional | Distrital | Otras |
| Acuerdo | 381 | Por medio del cual se promueve el uso del lenguaje incluyente en documentos oficiales y eventos públicos. | 2009  |          | X         |       |

## 5. DOCUMENTOS DE REFERENCIA

| Tipo de documento | Titulo del documento  | Código                                     | Origen  |         |
|-------------------|---|--|---------|---------|
|                   |   |  | Externo | Interno |
| Guía              | Guía 2.0 Sitios Web Distrito Capital  | Resolución 378 de 2008<br>Versión 2.0/2010 | x       |         |
| Plan              | Plan de comunicaciones de la entidad  | N/A  |         | X       |
| Estrategia        | Estrategia de Comunicación Educación para el fortalecimiento de una cultura de la transparencia y una ética de lo público | N/A  |         | X       |
| Estrategia        | Estrategia de Redes Sociales  | N/A  |         | X       |
| Política          | Política de responsabilidad social, participación ciudadana y control social.   | 208-PLA-Mn-04                              |         | X       |

## DEFINICIONES

**Actores:** Individuos o Colectivos que interactúan entre sí y con la organización a partir de la toma y ejecución de decisiones que transforman la realidad, el contexto y el territorio, de sí mismos, de sus comunidades y de las organizaciones con las cuales se relacionan.

**Archivos Digitales:** Un archivo digital, también denominado Fichero, es una unidad de datos o información almacenada en algún medio que puede ser utilizada por aplicaciones de la computadora. Cada archivo se diferencia del resto debido a que tiene un nombre propio y

|   |  |                           |             |
|---|--|---------------------------|-------------|
|  | <b>PROCEDIMIENTO<br/>COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA<br/>INTERNA Y/U ORGANIZACIONAL</b> | Código: 208-COM-Pr-05     |             |
|   |  | Versión: 3                | Pág. 4 de 9 |
|   |  | Vigente desde: 23-11-2016 |             |

una extensión que lo identifica. Esta extensión sería como el apellido y es lo que permite diferenciar el formato del archivo y, asimismo, interpretar los caracteres que conforman el contenido del archivo. De esta manera, un archivo de texto, podrá tener la extensión .txt (el nombre completo sería: ARCHIVO.txt); uno de documento enriquecido, .doc, .pdf; uno de imágenes, .jpg, .gif; y lo mismo ocurre con cada formato.

**Campañas:** Es el conjunto de actos y/ estrategias que se llevan a cabo con la intención de lograr un determinado objetivo. Si es de carácter publicitario, su enfoque es básicamente difundir y anunciar un producto o servicio.

**Comunicación:** Entendida como un proceso transversal, no lineal, de interacciones entre actores situados en diversas realidades y contextos culturales que, mediante distintos lenguajes intercambian significado y sentido con el propósito de construir una comprensión compartida. Así, la comunicación se propone como un proceso abierto e incluyente de participación, deliberación, controversia, expresión, narración y mediación entre ciudadanos, servidores públicos, oferentes, instituciones y demás actores involucrados alrededor de asuntos de interés colectivo.

**Comunicación Educación:** Campo de acción que supone el uso pedagógico de medios, piezas, eventos y acciones comunicativas, orientadas a generar procesos de apropiación de nuevos saberes y prácticas, así como la transformación o fortalecimiento de valores y principios de gestión en la entidad.

**Comunicación Organizacional:** Procesos orientados a promover y fortalecer la interacción y la relación entre los miembros de las organizaciones (empresas, instituciones, asociaciones civiles, etc.), identificando sus necesidades y planteándose una apuesta sobre valores, ideas y acciones, que fomenten la calidad de la gestión, el clima asertivo de trabajo y la transparencia, promoviendo la responsabilidad social de todos los actores involucrados y la confianza.

**Comunicación Interna y/u Organizacional:** Es el tipo de comunicación que se dirige a los colaboradores, funcionarios, empleados, contratistas o actores internos que son denominados cliente interno. Es una herramienta estratégica para transmitir los objetivos de la entidad, motivar a quienes trabajan en esta y lograr mayor identificación con la misión, visión y principios organizacionales.

**Confianza:** Podemos comprender la Confianza como un Recurso o riqueza que se convierte en Capital Social que se comparte entre organizaciones y sus públicos de interés, lo que permite afianzar las relaciones de entendimiento. Además, podemos entender la confianza como el sentimiento y conocimiento generado por acciones, actitudes o variables que promueven un estado de seguridad en las interacciones sociales y la gestión de las organizaciones. La confianza se expresa en la sensación de contar con un soporte sólido y de respaldo en el logro de objetivos y metas y en la satisfacción de necesidades.

|   |  |             |                       |
|---|--|-------------|-----------------------|
|  | <b>PROCEDIMIENTO<br/>COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA<br/>INTERNA Y/U ORGANIZACIONAL</b> |             | Código: 208-COM-Pr-05 |
|   | Versión: 3   | Pág. 5 de 9 |                       |
|   | Vigente desde: 23-11-2016  |             |                       |

**Divulgación:** Proceso de producción y circulación de información, que se configure como un referente significativo para los actores que la comparten. El proceso de divulgación supone el diseño y la verificación de los medios, canales, lenguajes y modos de comunicación más cercanos a los individuos e instituciones a quienes va orientada, así como la alineación con los objetivos estratégicos de la organización.

**Medios Digitales:** Son aquellos entre los que sobresalen los blogs, las revistas virtuales, las versiones digitales y audiovisuales de los medios impresos, portales Web, Intranets, Redes Sociales, emisoras de radio virtuales, videojuegos. Su variedad es casi infinita, casi ilimitada, lo que hace que, día a día, un gran número de entidades y organizaciones se inclinen por ellos para crear, expresar, diseñar, informar y comunicar.

**INTRANET:** es un medio de comunicación digital interno de las organizaciones, que utiliza la tecnología del Protocolo de Internet para divulgar información institucional, a la vez que para compartir acciones comunicativas de interés para la institución.

**Pieza Comunicativa:** Producto que traduce las necesidades y expectativas de comunicación en mensajes coherentes con las características comunicativas de los grupos de interés. Estos productos pueden expresarse en formatos audiovisuales, gráficos, sonoros, digitales y escritos.

**Públicos de Interés:** Conjunto de actores que pueden ser individuos, organizaciones, colectivos, comunidades, empresas, asociaciones, entidades, etc., que se encuentran directa o indirectamente vinculadas con la misión de la organización. El relacionamiento con estos públicos de interés supone diversas formas y acciones de comunicación, y cada uno de ellos configura un punto clave en diferentes niveles de la gestión de la CVP.

**Transparencia:** Para la RAE es la cualidad de ser claro, evidente, que se comprende sin duda ni ambigüedad. Referida al campo de las organizaciones gubernamentales, sociales o a las corporaciones privadas se puede entender como una estrategia para promover entornos virtuosos, mejorar la gestión y construir confianza. En este sentido, es actitud o postura individual y/o colectiva que promueve una manera de ser, de pensar Este procedimiento describe los pasos y el conjunto de actividades que se adelantan desde la Oficina Asesora de Comunicaciones para la producción de contenidos de comunicación interna para la publicación en diferentes medios y formatos, como el Boletín Interno CVP Informa; carteleras, Intranet, pendones, correos electrónicos; a la vez que para el desarrollo de acciones y campañas dirigidas a fortalecer la imagen institucional y a incrementar el sentido de pertenencia en la organización y de actuar éticos. Para el sector público, implica también un comprometida con el fomento de una cultura de la ética y a través de hacer visible con claridad, simetría, disponibilidad, accesibilidad y equidad la información sobre regulaciones, leyes, planes, responsabilidades, decisiones, que es relevante para nuestros públicos.

|   |  |             |                       |
|---|--|-------------|-----------------------|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR<br/>DE BOGOTÁ D.C.<br/>HÁBITAT<br/>Caja de Vivienda Popular</p> | <b>PROCEDIMIENTO<br/>COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA<br/>INTERNA Y/U ORGANIZACIONAL</b> |             | Código: 208-COM-Pr-05 |
|   | Versión: 3   | Pág. 6 de 9 |                       |
|   | Vigente desde: 23-11-2016  |             |                       |

**Web Máster:** Es la persona responsable de la gestión y administración de contenidos en un sitio web. Es el encargado de la operatividad y mantenimiento de la disponibilidad de los contenidos en el sitio web y en Intranet.

## 6. CONDICIONES GENERALES

- Contar con los recursos necesarios para el desarrollo del actual procedimiento, con el fin de fortalecer la imagen institucional e incrementar el sentido de pertenencia en la organización. Estos recursos pueden ser técnicos como hardware y software computacional, de papelería como tinta para impresora y/o plotter, bisturís, reglas, cinta, pegantes, etc.; y financieros cuando por algún motivo los elementos requeridos no los cubra las líneas de gastos de la entidad.
- Para el desarrollo de piezas de divulgación interna es imperante seguir los lineamientos estipulados en la Guía de Manejo de Imagen de la CVP y/o el Manual de Imagen Corporativa y Visual para la administración de la Secretaría General (Decreto 052 de 2012).
- El lenguaje usado debe ser incluyente, respetuoso, transparente, oportuno y efectivo; teniendo en cuenta las expectativas de las partes, con el ánimo de promover la inclusión social y la participación ciudadana, teniendo en cuenta los lineamientos del Manual de Comunicación Institucional distrital.

## 7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

| No. | Actividad  | Responsable                                  | Documentos/Registros  |
|-----|--|--|---|
| 1   | Identificar las necesidades, requerimientos, expectativas y/o propuestas sobre los servicios, el funcionamiento, la gestión, los resultados de la Entidad, entre otros, con base en los documentos registro. | Jefe Oficina<br>Asesora de<br>Comunicaciones | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Plan Estratégico de la Oficina de Comunicaciones vigente.</li> <li>• Plan de Acción de Gestión de la Oficina de Comunicaciones (PAG) vigente.</li> <li>• Plan de Mejoramiento de la Oficina de Comunicaciones vigente.</li> <li>• Necesidades de la Alta Dirección surgidas en comités (Según actas).</li> </ul> |



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.  
HÁBITAT  
Caja de Vivienda Popular

## PROCEDIMIENTO COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA INTERNA Y/U ORGANIZACIONAL

Código: 208-COM-Pr-05

Versión: 3

Pág. 7 de 9

Vigente desde: 23-11-2016

### 7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO

| No. | Actividad   | Responsable                            | Documentos/Registros   |
|-----|---|--|--|
|     | ¿Es una actividad puntual respecto a las identificaciones de necesidades y/o requerimientos?<br>SI: Continúa actividad 3<br>NO: Continúa actividad 2  |  |  |
| 2   | Realizar reunión con todo el equipo de la OAC, donde se deciden los temas a tratar, las fuentes a consultar, los productos a realizar y los medios de difusión a utilizar, con base en el informe presentado por el Profesional Universitario de la OAC | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | 208-PLA-FT-54 REGISTRO DE REUNION  |
| 3   | Recopilar la información de las diferentes fuentes  | Profesional Universitario OAC.         | Carpeta digital en disco D identificada con el número de la edición, fotos, videos, archivo en Word inicial y archivo Word final revisado por la Jefe de la OAC. |
| 4   | Producir contenidos de divulgación.   | Profesional Universitario OAC.         | Piezas finalizadas.  |
| 5   | Presentar los contenidos para aprobación del Jefe de Oficina Asesora de Comunicaciones OAC.   | Profesional Universitario OAC.         | Correo Institucional.  |
| 6   | Revisar y aprobar los contenidos de divulgación.  | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones |  |
|     | ¿Se aprueban los contenidos de divulgación?<br>SI: Continúa actividad 8<br>NO: Continúa actividad 7   |  |  |
| 7   | Realizar los ajustes correspondientes y regresa a la actividad 6  | Profesional Universitario.             | Correo Institucional   |

|   |  |                           |             |
|---|--|---------------------------|-------------|
|  <p>ALCALDÍA MAYOR<br/>DE BOGOTÁ D.C.<br/>HÁBITAT<br/>Caja de Vivienda Popular</p> | <b>PROCEDIMIENTO<br/>COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA<br/>INTERNA Y/U ORGANIZACIONAL</b> | Código: 208-COM-Pr-05     |             |
|   |  | Versión: 3                | Pág. 8 de 9 |
|   |  | Vigente desde: 23-11-2016 |             |

| <b>7. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO</b> |  |  |  |
|---|--|--|--|
| <b>No.</b>                              | <b>Actividad</b>   | <b>Responsable</b>                               | <b>Documentos/Registros</b>  |
| 8                                       | Entregar contenidos de divulgación al diseñador, o videografo para el proceso de diseño acorde a la necesidad. | Profesional Universitario.                       | Correo Institucional   |
| 9                                       | Elaborar el diseño de los contenidos a divulgar.   | Profesional Universitario.                       | Archivo JPG, PNG, PDF u otro medio de soporte de archivos digitales. |
| 10                                      | Presentar diseño del contenidos a divulgar para aprobación del Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones    | Profesional Universitario.<br>Técnico Operativo. | Archivo JPG, PNG, PDF u otro medio de soporte de archivos digitales  |
| 11                                      | Revisar y aprobar los diseños de contenidos a divulgar   | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones           |  |
|   | ¿Se aprueban los diseños de contenidos?<br>SI: Continúa actividad 13<br>NO: actividad 12                       |  |  |
| 12                                      | Rediseñar contenidos a divulgar.<br>Volver a la actividad 11   | Profesional Universitario.<br>Técnico Operativo. |  |
| 13                                      | Publicar los contenidos en los canales de comunicación con que cuenta la entidad.                              | Profesional Universitario.                       | Archivo PDF - JPG - video - comunicado                               |
| <b>FIN DE PROCEDIMIENTO</b>             |  |  |  |

|                             |
|-----------------------------|
| <b>8. PUNTOS DE CONTROL</b> |
|-----------------------------|

| <b>No.</b> | <b>Actividad</b>                                 | <b>¿Qué se controla?</b>                  | <b>¿Con qué frecuencia?</b>              | <b>¿Quién lo controla?</b>             | <b>Riesgos Asociados</b>                                   |
|------------|--|---|--|--|--|
| 6          | Revisar y aprobar los contenidos de divulgación. | Oportunidad y veracidad de la información | Cada vez que se ejecute el procedimiento | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | Falta de oportunidad, veracidad, falta del fortalecimiento |
| 11         | Revisar y aprobar los diseños de                 | Los temas a publicar según la             |  |  |  |

|   |  |  |                       |             |
|---|--|--|-----------------------|-------------|
| <br><b>ALCALDÍA MAYOR<br/>DE BOGOTÁ D.C.<br/>HÁBITAT</b><br>Caja de Vivienda Popular | <b>PROCEDIMIENTO<br/>COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA<br/>INTERNA Y/U ORGANIZACIONAL</b> |  | Código: 208-COM-Pr-05 |             |
|   |  |  | Versión: 3            | Pág. 9 de 9 |
|   | Vigente desde: 23-11-2016  |  |                       |             |

|  |                     |   |  |  |  |   |
|--|---------------------|---|--|--|--|---|
|  | contenidos divulgar | a | importancia y necesidad de comunicación. |  |  | de la cultura de la ética y transparencia de lo público |
|--|---------------------|---|--|--|--|---|

## 9. DIAGRAMA DE FLUJO

Ver diagrama de flujo del procedimiento Comunicación Estratégica Interna y/u Organizacional

## 10. ANEXOS

N/A

## 11. CONTROL DE CAMBIOS

| Versión | Fecha Aprobación (dd-mm-aaaa) | Cambios   | Revisó (Nombre y Cargo)   |
|---------|-------------------------------|---|---|
| 1       | 22-09-2015                    | PROCEDIMIENTO NUEVO   | Marcela Sierra Cuello<br>Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones |
| 2       | 21-01-2016                    | Se modifica los documentos de la actividad No1 y 2  | Marcela Sierra Cuello<br>Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones |
| 3       | 24-11-2016                    | Se modifica la normatividad y documentos de referencia, incluyendo la Resolución 3564 de 2015 y la Guía de Imagen Institucional 2016-2019 | Marcela Sierra Cuello<br>Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones |