

	PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y DE CONTENIDOS GRÁFICOS	Código: 208-COM-Pr-08	
		Versión: 3	Pág. 1 de 12
		Vigente desde: 24-11-2016	

1. OBJETIVO

Promover una comunicación integral y efectiva para construir relaciones de confianza con los públicos de interés de la Caja de Vivienda Popular, mediante la producción de contenidos gráficos y la generación de campañas adecuadas a los lenguajes y perfiles de los diversos públicos que convergen en la entidad siguiendo los lineamientos del Manual de Imagen Corporativa del Distrito y la Guía de Manejo de Imagen de la Entidad.

2. ALCANCE

Inicia con la ejecución del Plan Estratégico de Comunicaciones, el Plan de Acción, los Planes de Mejoramiento, de las iniciativas de la OAC y/o las solicitudes que hacen las áreas diligenciando el formato *208-COM-Ft-03 Ficha técnica para la solicitud de contenidos acciones y-o campañas comunicacionales*. Termina con la entrega del diseño en digital y/o impresos al área solicitante.

3. RESPONSABLES

- Los contenidos escritos para el diseño y producción de piezas deben ser entregados por los Profesionales Universitarios de los procesos misionales o las áreas de apoyo diligenciando el formato *208-COM-Ft-03*, con el visto bueno de cada Director(a) de área o delegado asignado y Vo.Bo. de la OAP.
- La responsabilidad de la búsqueda de la información y la producción de contenidos escritos para piezas comunicativas que son de iniciativa de la OAC (para la comunicación interna y externa), son de los profesionales encargados de dichos procedimientos.
- Los contenidos que resulten de la búsqueda de información y la producción de contenidos escritos deben ser entrado al Profesional Universitario o al Técnico Operativo de la oficina asesora de comunicaciones, quienes son los responsables de la elaboración de las piezas, creando los copias publicitarios, gráficas y demás tareas propias de sus funciones.

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

 <p>ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. HÁBITAT Caja de Vivienda Popular</p>	<p>PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y DE CONTENIDOS GRÁFICOS</p>	Código: 208-COM-Pr-08	
		Versión: 3	Pág. 2 de 12
		Vigente desde: 24-11-2016	

- La publicación final, independiente del medio o canal, debe ir con el visto bueno del (de la) Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones.

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		
Guía	N/A	GUÍA DE USO DE IMAGEN INSTITUCIONAL - ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ 2016-2019 (BOGOTÁ MEJOR PARA TODOS)	2016		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	
Decreto	959	Por el cual se compilan los textos del Acuerdo 01 de 1998 y del Acuerdo 12 de 2000, los cuales reglamentan la publicidad Exterior Visual en el Distrito Capital de Bogotá".	2000		X	
Resolución	3085	Por el cual la entidad adopta el Ideario Ético del Distrito	2009		X	

 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C. HÁBITAT Caja de Vivienda Popular	PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y DE CONTENIDOS GRÁFICOS		Código: 208-COM-Pr-08	
	Versión: 3		Pág. 3 de 12	
	Vigente desde: 24-11-2016			

Resolución	3564	Por la cual se reglamentan artículos del Decreto 1081 de 2015	2015	x		
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	Título del documento	Código	Origen	
			Externo	Interno
Plan	Plan de comunicaciones sectorial (Secretaría Distrital del Hábitat)	N/A	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
Política	Política de responsabilidad social, participación ciudadana y control social.	208-PLA-Mn-04		X
Resultado Diagnóstico	Resultado de la encuesta de Satisfacción	N/A		X
Resultado Diagnóstico	Propuesta de mejoramiento del servicio de atención al ciudadano	N/A		X

6. 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.

	PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y DE CONTENIDOS GRÁFICOS		Código: 208-COM-Pr-08
	Versión: 3	Pág. 4 de 12	
	Vigente desde: 24-11-2016		

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.

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.

Contenido Gráfico: Se refiere a la información que se presenta a través de representaciones visuales que incluyen imágenes, símbolos y/o signos para comunicar uno o una serie de conceptos, ya sea en una pieza o en una publicación digital.

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.

Participación Ciudadana: Significa «decidir junto con otros(as)». Es un derecho y al mismo tiempo un deber, un quehacer en la ciudad de la que somos parte, para intervenir en ella, defenderla y si es necesario cambiarla. Se necesita la preparación de habitantes e instituciones para conocer el rol que cumpliremos en su aplicación.

	PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y DE CONTENIDOS GRÁFICOS		Código: 208-COM-Pr-08
	Versión: 3		Pág. 5 de 12
	Vigente desde: 24-11-2016		

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 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.

7. CONDICIONES GENERALES

- La oficina asesora de comunicaciones debe contar con los recursos necesarios para el desarrollo del actual procedimiento. Estos recursos pueden ser técnicos como hardware y software; 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 este procedimiento es indispensable seguir los lineamientos estipulados en Manual de Imagen Corporativa y Visual de la Administración Distrital (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.
- Los tiempos establecidos para el desarrollo de las piezas están sujetos a la tabla del formato *208-COM-Ft-03 Ficha técnica para la solicitud de contenidos acciones y-o campañas comunicacionales*, y corresponden al diseño gráfico o creación de las mismas.
- No todas las solicitudes a través del formato mencionado serán acogidas, la

	PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y DE CONTENIDOS GRÁFICOS	Código: 208-COM-Pr-08	
		Versión: 3	Pág. 6 de 12
		Vigente desde: 24-11-2016	

pertinencia, oportunidad, importancia o necesidad debe ser determinada por el Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

- El proceso de impresión y financiación de las piezas lo gestionará cada dependencia, cuando la impresión de las piezas se solicite a un proveedor externo distinto a la Imprenta Distrital.

8. 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 siguientes documentos:	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	<ul style="list-style-type: none"> • Plan Estratégico de la Oficina de Comunicaciones vigente. • Plan de Acción de Gestión de la Oficina de Comunicaciones (PAG) vigente. • Plan de Mejoramiento de la Oficina de Comunicaciones vigente. • Necesidades de la Alta Dirección surgidas en comités (Según actas). 208-com-ft-03 ficha técnica para la solicitud de contenidos acciones y-o campañas comunicacionales.
	¿Requiere reunión? SI: Continúe actividad 2 NO: Continúe actividad 3		



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

PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y DE CONTENIDOS GRÁFICOS

Código: 208-COM-Pr-08

Versión: 3

Pág. 7 de 12

Vigente desde: 24-11-2016

8. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO			
No.	Actividad	Responsable	Documentos/Registros
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.	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	208-SADM-Ft-54 REGISTRO DE REUNION
3	Evaluar la pertinencia de la solicitud	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones. Profesionales Universitario Oficina Asesora de Comunicaciones Técnicos Operativos Oficina Asesora de Comunicaciones	
	¿Se procede a la solicitud? SI: Continúe actividad 4 NO: FIN		
4	Recibir de forma impresa o digital, la <i>Ficha Técnica para producción de Piezas</i> diligenciada por el solicitante.	Profesionales Universitario	208-COM-Ft-03 Ficha técnica para la solicitud de contenidos acciones y-o campañas comunicacionales
5	Evaluar si la OAC puede atender la solicitud de diseño en el tiempo requerido.	Profesional Universitario Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	Cronograma del Profesional encargado
	¿Es posible atenderlo en el tiempo requerido? SI: Continúe actividad 6 NO: FIN DE PROCEDIMIENTO		



PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y DE CONTENIDOS GRÁFICOS

Código: 208-COM-Pr-08

Versión: 3

Pág. 8 de 12

Vigente desde: 24-11-2016

8. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO			
No.	Actividad	Responsable	Documentos/Registros
6	Evaluar la pertinencia del contenido de los textos y editar si es necesario.	Profesional Universitario.	Correo electrónico Institucional
¿Es necesaria la edición de textos? SI: Continúe actividad 7 NO: Continúe actividad 8			
7	Editar el contenido y diseñar la propuesta	Profesional Universitario Oficina Asesora de Comunicaciones Técnico Operativo Oficina Asesor de Comunicaciones	Correo electrónico Institucional con documento anexo
8	Revisar el contenido escrito de la pieza para la aprobación	Profesional Universitario Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	Correo electrónico Institucional con documento anexo
¿Se aprueba el contenido escrito de la pieza por la OAC? SI: Continúa actividad 9 NO: Continúa actividad 7			
9	Enviar archivo digital o se entrega impresión hecha en la OAC al Profesional Universitario de la dependencia que solicito la pieza para su divulgación. (Las impresiones hechas en la OAC dependerán de la disposición de suministros para tal fin)	Profesional Universitario. Técnico Operativo.	Correo electrónico institucional con documento anexo
¿La pieza requiere impresión por Imprenta Distrital? SI: Continúe actividad 10			



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

PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y DE CONTENIDOS GRÁFICOS

Código: 208-COM-Pr-08

Versión: 3

Pág. 9 de 12

Vigente desde: 24-11-2016

8. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO			
No.	Actividad	Responsable	Documentos/Registros
NO: Actividad 17			
10	Solicitar a la Imprenta Distrital la disponibilidad de tiempo para saber si puede dar cumplimiento a la impresión de la pieza y verificar si la Entidad cuenta con los insumos necesarios para tal fin en inventario.	Profesional Universitario. Técnico Operativo.	Correo electrónico institucional
¿La Imprenta Distrital puede cumplir con los tiempos solicitados y la Entidad cuenta con el inventario necesario? SI: Continúe actividad 11 NO: Actividad 17			
11	Enviar el arte final de la pieza gráfica para su impresión a la Imprenta Distrital.	Profesional Universitario. Técnico Operativo.	Formato online
12	Evaluar pruebas de imposición de color hechas por la Imprenta	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones Profesional Universitario. Técnico Operativo.	Prueba de impresión
¿Hay correcciones sobre la prueba de Impresión? SI: Continúe actividad 13 NO: Continúe actividad 14			
13	Solicitar correcciones en las sherpas	Profesional Universitario.	Prueba de impresión (Sherpas)



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

PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y DE CONTENIDOS GRÁFICOS

Código: 208-COM-Pr-08

Versión: 3

Pág. 10 de
12

Vigente desde: 24-11-2016

8. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO			
No.	Actividad	Responsable	Documentos/Registros
		Técnico Operativo.	
¿Hay correcciones para la Imprenta? SI: Continúe actividad 13 NO: Continúe actividad 14			
14	Aprobar sherpas y enviar a Imprenta.	Profesional Universitario. Técnico Operativo.	
15	Recibir material impreso.	Profesional Universitario. Técnico Operativo.	208-COM-Ft-03 Ficha técnica para la solicitud de contenidos acciones y-o campañas comunicacionales, con firma de recibo a satisfacción.
16	Entregar el material para su distribución física	Profesional Universitario. Técnico Operativo.	208-COM-Ft-03 Ficha técnica para la solicitud de contenidos acciones y-o campañas comunicacionales, con firma de recibo a satisfacción.
17	Guardar copia en archivo digital.	Profesional Universitario. Técnico Operativo.	Copia en Disco
FIN DE PROCEDIMIENTO			



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

PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y DE CONTENIDOS GRÁFICOS

Código: 208-COM-Pr-08

Versión: 3

Pág. 11 de
12

Vigente desde: 24-11-2016

9. PUNTOS DE CONTROL

No.	Actividad	¿Qué se controla?	¿Con qué frecuencia?	¿Quién lo controla?	Riesgos Asociados
8	Revisar la pieza para la aprobación	Los temas a publicar según la importancia y necesidad de comunicación.	Una vez	Jefe Asesora de Comunicaciones Oficina de	Falta de oportunidad, veracidad, falta del fortalecimiento de la cultura de la ética y transparencia de lo público.

10. DIAGRAMA DE FLUJO

Diagrama de flujo

11. ANEXOS

12. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha Aprobación (dd-mm-aaaa)	Cambios	Revisó (Nombre y Cargo)
1	20-08-2015	PROCEDIMIENTO NUEVO	Marcela Sierra Cuello Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
2	21-01-2016	Se modifica los documentos de las actividades 1 y 2	Marcela Sierra Cuello Jefe Oficina Asesora de



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

PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y DE CONTENIDOS GRÁFICOS

Código: 208-COM-Pr-08

Versión: 3

Pág. 12 de
12

Vigente desde: 24-11-2016

			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 Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones