1. **OBJETIVO**

Promover una comunicación integral y efectiva que divulgue la gestión de la Caja de la Vivienda Popular, a través de los medios de comunicación masivos, comunitarios y alternativos, así como los medios y canales propios de la Entidad, para construir relaciones de confianza, transparencia y de responsabilidad social con los diferentes públicos de interés.

1. **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 Estratégico Institucional, Plan Estratégico de Comunicaciones, Planes de mejoramiento, iniciativas de la OAC y las solicitudes de contenidos acciones y/o campañas comunicacionales, o necesidades puntuales. Termina con la producción, publicación y difusión en los medios de comunicación externos.

1. **RESPONSABILIDAD**

Son responsabilidades de la Oficina Asesora de Comunicaciones y su equipo de trabajo:

* La búsqueda de la información y la producción de contenidos escritos de piezas comunicativas externas, así como de coordinar estrategias de posicionamiento y fortalecimiento de imagen a nivel externo.
* La elaboración de las piezas gráficas digitales, impresas y audiovisuales que sean necesarias para acompañar la producción de piezas comunicativas externas.
* La información susceptible de ser publicada en los medios digitales existentes será suministrada y publicada por el equipo de trabajo de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
* La aprobación final para publicación y/o divulgación de las piezas es responsabilidad del Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

 **NORMATIVIDAD**

| **TIPO** | **No.** | **TEMA** | **FECHA** | **ORIGEN** |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Nacional** | **Distrital** | **Otras** |
| Ley Estatutaria | 1581 | Por la cual se dictan disposiciones generales para la protección de datos personales | 2012 | X |  |  |
| Ley  | 1712 | [Reglamentada parcialmente por el Decreto Nacional 103 de 2015](http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=60556#0).Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Accesoa la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones | 2014 | X |  |  |
| Decreto | 208 | Por el cual se adopta el manual de imagen institucional de la Administración Distrital y el eslogan o lema institucional de la Alcaldía Mayor de Bogotá D.C., para el periodo 2016 – 2019. | 2016 |  | X |  |
| Decreto | 1377 | Por el cual se reglamenta parcialmente la Ley [1581](http://www.alcaldiabogota.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=49981#0) de 2012 | 2013 | 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 |  |
| Resolución  | 3564 | Por la cual se reglamentan artículos del Decreto 1081 de 2015 | 2015 | X |  |  |
| Resolución  | 3085 | Por el cual la entidad adopta el Ideario Ético del Distrito | 2009 |  | X |  |

1. **DOCUMENTOS DE REFERENCIA**

| **Tipo de documento** | **Titulo del documento** | **Código** | **Origen** |
| --- | --- | --- | --- |
| **Externo** | **Interno** |
| Plan | Plan de Desarrollo 2016-2020 (Bogotá Mejor para Todos) | N/A | X |  |
| Plan | Plan Estratégico de Comunicaciones de la entidad | N/A |  | X |
| Proyecto | Proyecto de inversión 943 Fortalecimiento Institucional para la transparencia, participación ciudadana, control y responsabilidad social y anticorrupción | N/A |  | X |
| Manual | Manual de Imagen Institucional Alcaldía Mayor de Bogotá 2016 – 2019 - Resolución 208 de 2016 | N/A | X |  |
| Guía | Guía de Sitios Web para las Entidades del Distrito Capital - Resolución 03 de 2017  | N/A | X |  |
| Política | Política interna para el tratamiento de datos | 208-DGC-Mn-02 |  | X |  |

1. **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 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/o 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 Pública:** Conjunto de elementos de control, que apoya la construcción de visión compartida, y el perfeccionamiento de las relaciones humanas de la entidad pública con sus grupos de interés internos y externos, facilitando el cumplimiento de sus objetivos institucionales y sociales.

**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.

**Comunicado y/o Boletín de prensa:** es la forma escrita, oficial y autorizada, que se entrega a los periodistas a modo de resumen de la información ofrecida en una rueda de prensa, o en un reunión especial; por la directiva de la entidad, sobre un tema de interés público. O bien sobre algún hecho de connotación e interés público que amerita precisiones o aclaraciones.

De forma más cotidiana, el comunicado o boletín de prensa, también se puede entender, como una Nota de Prensa institucional que reúne las reglas de noticiabilidad requerida demandadas por los medios de comunicación externos, con la intención de buscar la publicación gratuita de información de interés general que divulga, promociona, presenta, orienta, etc., a la ciudadanía servicios, productos, avances y/o el estado de la gestión de la Entidad.

**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.

**Entrevistas periodísticas:** es un diálogo entablado entre un funcionario y un periodista en la que el entrevistado le facilita información al entrevistador.

**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.

**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, confianza, fidelidad y apoyo en las acciones presentes y futuras de la organización.

**Responsabilidad Social:** Es el compromiso voluntario y explícito que las organizaciones asumen frente a las expectativas y acciones concertadas que se generan con las partes interesadas (públicos de interés o stakeholders), en materia de desarrollo humano integral; ésta permite a las organizaciones asegurar el crecimiento económico, el desarrollo social y el equilibrio ambiental, partiendo del cumplimiento de las disposiciones legales.”

**Rueda de prensa:** es la exposiciónde un tema por parte de un funcionarioa un grupo de periodistas, previamente convocados para ese propósito.

**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 compromiso 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.

1. **CONDICIONES GENERALES**
* La Comunicación Externa debe abarcar el conjunto de operaciones comunicativas destinadas a los públicos externos de la Caja de la Vivienda Popular, directamente al público objetivo, a través de los medios masivos de comunicación, proveedores, entidades de control y del orden público, administraciones locales y regionales, organizaciones internacionales y la ciudadanía en general.
* Todos los miembros de la Entidad – y de acuerdo a la pertinencia – deben solicitar la realización de actividades de comunicación externa y de difusión de la propia imagen de la Entidad, bajo la supervisión y dirección de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
* Para el correcto desarrollo de la Comunicación Externa, debe contarse con los recursos necesarios. Estos recursos deben ser de carácter humano, con personal idóneo, capacitado y con experiencia para adelantar las acciones propias de este procedimiento; así mismo, técnicos como hardware y software computacional; de papelería que incluya los elementos e insumos necesarios y financieros cuando por algún motivo los elementos requeridos no los cubran las líneas de gastos de la Entidad.
* Para el desarrollo de las piezas audiovisuales deben seguirse los lineamientos estipulados en el Manual de Imagen Institucional Alcaldía Mayor de Bogotá 2016-2019 Bogotá Mejor para Todos (Decreto 208 de 2016).
* 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.

**Sobre los comunicados de prensa**

* Los comunicados y boletines de prensa de la Caja de la Vivienda Popular deben elaborarse de acuerdo con el Plan Estratégico de Comunicaciones, las necesidades de la alta Dirección y de los procesos misionales.
* El lenguaje de información de los comunicados y boletines de prensa debe ser claro, veraz y de fácil comprensión para los públicos a los que van dirigidos.
* Los comunicados o boletines de prensa deben elaborarse en papelería con membrete de la Entidad, de acuerdo con el Manual de Imagen.

* Los boletines o comunicados de prensa deben elaborarse y publicarse únicamente con la autorización del jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones o el director(a) General.
* Todos los comunicados o boletines de prensa deben elaborarse a través de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
* Las entrevistas las concederá el (la) Director(a) General o el (la) vocero (a) designado por este (a).
* El único canal de enlace entre los medios de comunicación y la Caja de la Vivienda Popular, es la Oficina Asesora de Comunicaciones.

| 1. **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 (Necesidades de la Alta Dirección surgidas en comités y/o reuniones puntuales con cada uno de los directores, subdirectores y/o jefes de oficina, etc.  | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | * 208-SADM-Ft-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico
* Buzón comunicaciones@cajaviviendapopupar.gov.co
 |
| 2 | Realizar reunión y/o consejo de redacción con 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 ComunicacionesProfesional | 208- SADM-FT-06 Acta de Reunión  |
| 3 | Solicitar información a las fuentes primarias de la Entidad: la Oficina Asesora de Planeación y a las Direcciones y Subdirecciones  | Profesional  | 208- SADM-FT-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico |
| 4 | Elaborar y producir los contenidos periodísticos con la información suministrada. | Profesional  | * 208-COM-Ft-18 BOLETIN PRENSA
* Proyecto piezas comunicativas campañas o alianzas institucionales (material POP)
 |
| 5 | Presentar los contenidos informativos para aprobación del jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones  | Profesional | 208- SADM-FT-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico |
|  | ¿Aprueba el contenido?NO: Continúe actividad 6SI: Continúe actividad 7 |
| 6 | Realizar los ajustes correspondientes y regresar a la actividad 5. | Profesional  | * 208-COM-Ft-18 Boletín Prensa
 |
| 7 | Definir las acciones comunicativas por medio de las cuales se difundirá la información. | Director(a) General Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | * 208-COM-Ft-18 Boletín Prensa
 |
|  | ¿Se requiere rueda de prensa?SI: Continúe actividad 8NO: Continúe actividad 13 |
| 8 | Programar la rueda de prensa: hora, lugar, asistentes, elaboración de ayudas audiovisuales (mapas, infografías, impresos, multimedia), etc.  | Profesional  | * 208- SADM-FT-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico
 |
| 9 | Convocar periodistas de medios masivos, comunitarios y alternativos para participar en la rueda de prensa, haciéndoles entrega y/o envío por correo electrónico del comunicado. | Profesional  | * Portal WEB, redes sociales, correo electrónico, invitaciones (virtuales o impresas)
 |
| 10 | Determinar quién será el vocero(a) oficial para atender la rueda de prensa: Dirección General, Director(a) de Proceso Misional, Director(a) de Área de apoyo, o profesional delegado por las anteriores. | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | * Correo electrónico
 |
| 11 | Realizar la rueda de prensa acorde a los lineamientos distritales de protocolo y las directrices de la OAC.  | Jefe Oficina Asesora de ComunicacionesProfesional  | * Registro fotográfico y material audiovisual extraído del evento.
* Grabación de Material
* 208-COM-Ft-17 Permiso para uso de imágenes
 |
| 12 | Coordinar la secuencia de las preguntas, en atención al orden de solicitud por parte de los medios. | Profesional  | * 208-COM-Ft-22 AYUDA DE MEMORIA
 |
| 13 | Asesorar al Director (es) o vocero, en caso que sea necesario, el tratamiento y desarrollo de las preguntas durante la rueda de prensa. | Jefe Oficina Asesora de ComunicacionesProfesional  | * 208-COM-Ft-22 AYUDA DE MEMORIA
 |
|  | ¿Se requiere entrevista?SI: Continúe actividad 14 NO: Continúe actividad 18 |
| 14 | Contactar al medio de comunicación para definir fecha y hora de la entrevista (puede ser solicitada por el medio o gestionada por la OAC). | Jefe Oficina Asesora de ComunicacionesProfesional | * Correo electrónico institucional
 |
| 15 | Solicitar al medio de comunicación derrotero de preguntas o temas para la entrevista | Jefe Oficina Asesora de ComunicacionesProfesional  | * Correo electrónico institucional
 |
| 16 | Asesorar y preparar al (la) Director(a) o vocero, en caso que sea necesario, para el tratamiento y desarrollo de la entrevista | Jefe Oficina Asesora de ComunicacionesProfesional | * Bullets informativos y ayudas de memoria con la información sobre el tema solicitado por el medio
* 208-COM-Ft-22 AYUDA DE MEMORIA
 |
| 17 | Atender entrevista solicitada por el medio de comunicación. | Director(a) y/o vocero delegado | * Publicación de información en el medio de comunicación
 |
| 18 | Enviar el material informativo al diseñador o videógrafo para el proceso de producción final (material POP, spots, videos de corte documental y registro de actividades, entre otros). | Profesional  | * 208- SADM-FT-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico.
 |
| 19 | Revisar y aprobar los contenidos y las piezas comunicativas elaboradas | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | * 208- SADM-FT-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico.
 |
|  | ¿Los aprueba?SI: Continúa actividad 22NO: Continúa actividad 20 |
| 20 | Realizar y enviar los ajustes correspondientes | Profesional  | * Correo electrónico institucional
 |
| 21 | Enviar las piezas finales para aprobación al Jefe de la Oficina de Comunicaciones. | Profesional  | * Correo electrónico con los archivos adjuntos para impresión en formatos PDF / JPG-GIF u otro; y si es material audiovisual en formato MPEG, .MOV, WMV, mp3, mp4
 |
| 22 | Publicar la pieza comunicativa a través de la cual se hará la divulgación. | Profesional  | * Publicación en Portal WEB, medios de comunicación locales, regionales y nacionales (labor free press), envío a base de datos de periodistas y demás grupos de interés.
 |
| **FIN DE PROCEDIMIENTO** |

|  |
| --- |
| 1. **PUNTOS DE CONTROL**
 |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Actividad** | **¿Qué se controla?** | **¿Con qué frecuencia?** | **¿Quién lo controla?** | **Riesgos Asociados** |
| 5 | Presentar los contenidos informativos para aprobación del jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones | Veracidad, oportunidad, si es de prensa o boletín. | Una vez | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | Se puede presentar información errónea, desinformación engaño, falta de transparencia. |
| 19 | Revisar y aprobar los contenidos y las piezas comunicativas elaboradas | Oportunidad y veracidad de la información | Una vez o las que sean necesarias | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | Falta de oportunidad, veracidad, falta del fortalecimiento de la cultura de la ética y transparencia de lo publico |

**DIAGRAMA DE FLUJO**

Ver diagrama de flujo del procedimiento Comunicación Externa

1. **SOPORTES Y ANEXOS**
2. **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 | 21-01-2015 | Se modifica los documentos de las actividades 1 y 2 | **MARCELA SIERRA CUELLO**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**Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones |
| 4 | 22-03-2017 | Se modifica normatividad, documentos de referencia, descripción del procedimiento y soportes y anexos | **MARCELA SIERRA CUELLO**Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones |
| 5 | 07-06-2018 | Se modifica la descripción del procedimiento en “documentos y registros” para el caso de las aprobaciones de las piezas comunicativas a divulgar. | **JUAN PABLO ROBLEDO BARROS**Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones |