**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 Institucional de la Administración Distrital.

**2. ALCANCE**

Inicia con la ejecución del Plan Estratégico de Comunicaciones, el Plan de Acción, los Planes de Mejoramiento, de las iniciativas de la Oficina Asesora de Comunicaciones y/o las solicitudes que hacen las áreas a través de correo electrónico. Termina con la entrega del diseño en digital mediante correo electrónico 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, mediante correo electrónico.
* La responsabilidad de la producción de la información es de competencia de los profesionales universitarios de las Direcciones y oficinas de la CVP y la producción de las piezas comunicativas que son iniciativa de los profesionales universitarios encargados del Proceso de Comunicaciones de la Oficina Asesora de Comunicaciones.
* Los contenidos que resulten de la búsqueda de información y la producción de contenidos escritos deben ser entregados al Profesional Universitario de la Oficina Asesora de Comunicaciones, quienes son los responsables de la elaboración de las piezas comunicativas y las estrategias creativas que se requieran.
* La publicación final, independiente del medio o canal, debe ir con el visto bueno del Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Elaboró** | **Revisó** | **Aprobó** |
| **NUBIA ARIZA GüIZA**Profesional Universitario Oficina Asesora de Comunicaciones | **JULIO ANDRES CENDALES****MORA** (Contrato 90/2018) | **JUAN PABLO ROBLEDO BARROS**Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones**CARLOS FRANCISCO ARDILA POLANCO**Jefe Oficina Asesora de Planeación. |
| Fecha: 26-07-2018 | Fecha: 27-06-2018 | Fecha: 31-07-2018 |

**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 Distrital | 208 | Por medio del 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 período 2016- 2019. | 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 | 3564 | “Por la cual se reglamentan los artículos 2.1.1.2.1.1,2.1.1.2.1.11, 2.1.1.2.2.2, y elparágrafo 2 del artículo 2.1.1.3.1.1 del Decreto N° 1081 de 2015.” | 2015 | X |  |  |
| Resolución | 3085 | Por el cual la entidad adopta el Ideario Ético del Distrito | 2009 |  | X |  |

**5. DOCUMENTOS DE REFERENCIA**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Tipo de documento** | **Título 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 |

**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.

**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](https://east.exch029.serverdata.net/owa/redir.aspx?C=FFjAwp7Xw06qruUbSWTwdTkMngckb9EI-KAJctNF7AzIYrVQVCk6hhLYHjoETGHNZ5f00wrVOQw.&amp;URL=http%3a%2f%2fdefinicion.de%2finformacion%2f) 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.

**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.

**Principio de transparencia:** Principio conforme al cual toda la información en poder de los sujetos obligados definidos en esta ley se presume pública, en consecuencia de lo cual dichos sujetos están en el deber de proporcionar y facilitar el acceso a la misma en los términos más amplios posibles y a través de los medios y procedimientos que al efecto establezca la ley, excluyendo solo aquello que esté sujeto a las excepciones constitucionales y legales y bajo el cumplimiento de los requisitos establecidos en esta ley.

**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 el Manual de Imagen Institucional y Visual de la Administración Distrital (Decreto Distrital 208 de 2016).
	+ Para el desarrollo de piezas de divulgación interna es imperante seguir los lineamientos estipulados en el Manual de Imagen Institucional y Visual de la Administración Distrital (Decreto Distrital 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.
	+ Los tiempos establecidos para el desarrollo de las piezas comunicaciones están sujetas a la calidad de información entregada, al tipo pieza solicitada y la calidad de los insumos requeridos, que corresponden al diseño gráfico o creación de las mismas.
	+ No todas las solicitudes a través del de correo electrónico serán acogidas, la 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, a partir las necesidades de la Alta Dirección surgidas en comités directivos (según actas), el Plan Estratégico, el Plan de Acción, el Plan de Mejoramiento, el Plan Estratégico, el Plan de Acción, el Plan de Mejoramiento de la Oficina Asesora de Comunicaciones y las solicitudes mediante correo institucional según necesidades de los directores misionales o equipos de trabajo o enlaces | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | * Acta de Reunión 208-SADM-Ft-06 y/o
* Correo electrónico institucional
 |
|  | ¿Requiere reunión?SI: Continúe actividad 2 NO: Continúe actividad 3 |  |  |

|  |
| --- |
| **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 | * Acta de Reunión 208-SADM-Ft-06
 |
| 3 | Evaluar la pertinencia de la solicitud | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones.Profesionales Oficina Asesora de Comunicaciones | * Acta de Reunión 208-SADM-Ft-06 y/o

correo electrónico |
|  | ¿Se procede a la solicitud? SI: Continúe actividad 5NO: Continúa actividad 4: FIN |  |  |
| 4 | Realizar y enviar justificación de la no vialidad de la solicitud | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | * Correo electrónico y/o Acta de Reunión

208-SADM-Ft-06 |
| 5 | Recibir del solicitante mediante correo electrónico, la solicitud con los requerimientos de las piezas comunicacionales a generar y en los casos que se requiera, se realizará reunión con el profesional encargado de las áreas solicitantes., en aras detallar necesidades a cubrir. | Profesionales | * Correo electrónico Institucional
* Acta de Reunión 208-SADM-Ft-06
 |
| 6 | Evaluar si la OAC puede atender la solicitud de diseño en el tiempo requeridoEvaluar la disponibilidad de tiempo por parte de la Imprenta Distrital, en caso que esta sea quien realice la impresión. | ProfesionalJefe Oficina Asesora de Comunicaciones | * Acta de Reunión 208-SADM-Ft-06
 |

|  |
| --- |
| **8. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO** |
| **No.** | **Actividad** | **Responsable** | **Documentos/Registros** |
|  | ¿Es posible atenderlo en el tiempo requerido?SI: Continúe actividad 8NO: Continua actividad 7: FIN |  |  |
| 7 | Realizar y enviar justificación de la no viabilidad de la solicitud | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | * Correo electrónico y/o Acta de Reunión

208-SADM-Ft-06 |
| 8 | Evaluar la pertinencia del contenido de la información y editar si es necesario. | Profesional | * Correo electrónico Institucional
 |
| ¿Es necesaria la edición de información? SI: Continúe actividad 10NO: Continúe actividad 9: FIN |
| 9 | Realizar y enviar justificación de la no viabilidad de la solicitud | Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones | * Correo electrónico Institucional con documento anexo
 |
| 10 | Editar el contenido y diseñar la propuesta de la pieza para ser enviada para aprobación al jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones. | Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones | * Correo electrónico Institucional con documento anexo
 |
| 11 | Revisar y aprobar el contenido de la pieza. | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | * 208-SADM-Ft-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico
 |
| ¿Se aprueba el contenido escrito de la pieza por la OAC? SI: Continúa actividad 12NO: Continúa actividad 10 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y CONTENIDOS GRÁFICOS** | Código: 208-COM-Pr-08 |
| Versión: 5 | Pág. 9 de 12 |
| Vigente desde: 31-07-2018 |

|  |
| --- |
| **8. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO** |
| **No.** | **Actividad** | **Responsable** | **Documentos/Registros** |
| 12 | Enviar archivo digital o entregar impresión física hecha en la Oficina Asesora de Comunicaciones al Profesional Universitario de la dependencia que solicitó la pieza para su divulgación.(Las impresiones hechas en la OAC dependerán de la disposición de suministros para tal fin). | Profesional | * Correo electrónico institucional con documento anexo
 |
| ¿La pieza requiere impresión por Imprenta Distrital? SI: Continúe actividad 13NO: Actividad 20 |
| 13 | Enviar el arte final de la pieza gráfica para su impresión a la Imprenta Distrital. | Profesional | * Formato online o en el que se requiera según instrucciones de la Imprenta Distrital
 |
| 14 | Evaluar pruebas de imposición de color hechas por la Imprenta Distrital. | Jefe Oficina Asesora de ComunicacionesProfesional | * Recoger prueba de impresión
 |
| ¿Hay correcciones sobre la prueba de Impresión? SI: Continúe actividad 15NO: Continúe actividad 16 |
| 15 | Solicitar correcciones en las sherpas | Profesional | * Prueba de impresión (Sherpas)
 |
| ¿Hay correcciones para la Imprenta?SI: Continúe actividad 16 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y CONTENIDOS GRÁFICOS** | Código: 208-COM-Pr-08 |
| Versión: 5 | Pág. 10 de12 |
| Vigente desde: 31-07-2018 |

|  |
| --- |
| **8. DESCRIPCIÓN DEL PROCEDIMIENTO** |
| **No.** | **Actividad** | **Responsable** | **Documentos/Registros** |
| NO: Continúe actividad 18 |
| 16 | Hacer correcciones y enviar para aprobación | Profesional | * Correo electrónico institucional
 |
| 17 | Aprobar sherpas | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | * Correo electrónico institucional
 |
| 18 | Enviar sherpas a la Imprenta Distrital | Profesional | * Correo electrónico institucional
 |
| 19 | Recibir material impreso. | Profesional | * Piezas gráficas impresas
 |
| 20 | Entregar el material gráfico para su distribución física, mediante reunión. | Profesional | * Acta de Reunión 208-SADM-Ft-06
* Recibo a satisfacción
 |
| 21 | Almacenar copia del archivo digital | Profesional | * Pieza gráfica digital
 |
| **FIN DE PROCEDIMIENTO** |

**9. PUNTOS DE CONTROL**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Actividad** | **¿Qué se controla?** | **¿Con qué frecuencia?** | **¿Quién lo controla?** | **Riesgos Asociados** |
| 11 | Revisar yaprobar el contenido de la pieza. | Los temas a publicar según la importancia ynecesidad de comunicación. | Las veces que sea requerida conforme los ajustes requeridos | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | Falta deoportunidad, veracidad, falta del fortalecimiento de la cultura de la ética ytransparencia de lo público. |
| 14 | Evaluar pruebas de imposición de color hechaspor laImprenta.. | Los temas a publicar según la importancia ynecesidad de comunicación. | Las veces que sea requerida conforme los ajustes requeridos | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | Falta deoportunidad, veracidad, falta del fortalecimiento de la cultura de la ética y transparenciade lo público. |
| 17 | Aprobar Sherpas | Los temas a publicar según la importancia ynecesidad de comunicación. | Las veces que sea requerida conforme los ajustes requeridos | Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones | Falta deoportunidad, veracidad, falta del fortalecimiento de la cultura de la ética y transparenciade lo público. |

**10. DIAGRAMA DE FLUJO**

Diagrama de flujo

**11. ANEXOS**

N.A.

**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 deComunicaciones |
| 2 | 21-01-2016 | Se modifica los documentos de las actividades 1 y 2 | **MARCELA SIERRA****CUELLO** Jefe Oficina Asesora deComunicaciones |
| 3 | 24-11-2016 | Se modifica la normatividad y documentos de referencia, incluyendo la Resolución 3564 de 2015 y la Guía de ImagenInstitucional 2016-2019 | **MARCELA SIERRA****CUELLO** Jefe Oficina Asesora deComunicaciones |
| 4 | 30-01-2017 | Se modifica documentos de referencia, descripción de actividades. | **MARCELA SIERRA****CUELLO** Jefe Oficina Asesora deComunicaciones |
| 5 | 31-07-2018 | Se modifica normatividad y descripción del procedimiento. | **JUAN PABLO ROBLEDO BARROS**Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones |