

	PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y CONTENIDOS GRÁFICOS	Código: 208-COM- Pr-08
		Versión: 6
		Vigente desde: 22/08/2022

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.

4. GENERALIDADES O POLÍTICAS OPERACIONALES

- 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,

	PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y CONTENIDOS GRÁFICOS	Código: 208-COM- Pr-08
		Versión: 6
		Vigente desde: 22/08/2022

bisturís, reglas, cinta, pegantes, etc.; y financieros cuando por algún motivo los elementos requeridos no los cubran 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 (Acuerdo 744 de 2019).
- 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 (Acuerdo 744 de 2019).
- 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 de 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 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.

5. DEFINICIONES Y SIGLAS

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.

	PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y CONTENIDOS GRÁFICOS	Código: 208-COM– Pr-08
		Versión: 6
		Vigente desde: 22/08/2022

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.

Pieza Comunicativa: Producto que traduce las necesidades y expectativas de comunicación en mensajes coherentes con las características comunicativas de los

	PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y CONTENIDOS GRÁFICOS	Código: 208-COM- Pr-08
		Versión: 6
		Vigente desde: 22/08/2022

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.

6. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

N°	Actividad y Descripción	Responsable	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		
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



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

PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y CONTENIDOS GRÁFICOS

Código: 208-COM- Pr-08

Versión: 6

Vigente desde: 22/08/2022

3	Evaluar la pertinencia de la solicitud	Profesionales Oficina Asesora de Comunicaciones	Acta de Reunión 208-SADM-Ft-06 y/o correo electrónico
	¿Se procede a la solicitud? SI: Continúe actividad 5 NO: Continúa actividad 4: FIN		
4	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
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 requerido Evaluar la disponibilidad de tiempo por parte de la Imprenta Distrital, en caso que esta sea quien realice la impresión.	Profesional Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones	Acta de Reunión 208-SADM-Ft-06
	¿Es posible atenderlo en el tiempo requerido? SI: Continúe actividad 8 NO: 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 10 NO: 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



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

PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y CONTENIDOS GRÁFICOS

Código: 208-COM- Pr-08

Versión: 6

Vigente desde: 22/08/2022

<p>¿Se aprueba el contenido escrito de la pieza por la OAC? SI: Continúa actividad 12 NO: Continúa actividad 10</p>			
12	<p>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.</p> <p>(Las impresiones hechas en la OAC dependerán de la disposición de suministros para tal fin).</p>	Profesional	Correo electrónico institucional con documento anexo
<p>¿La pieza requiere impresión por Imprenta Distrital? SI: Continúe actividad 13 NO: Actividad 20</p>			
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 Comunicaciones Profesional	Recoger prueba de impresión
<p>¿Hay correcciones sobre la prueba de Impresión? SI: Continúe actividad 15 NO: Continúe actividad 16</p>			
15	Solicitar correcciones en las sherpas	Profesional	Prueba de impresión (Sherpas)
<p>¿Hay correcciones para la Imprenta? SI: Continúe actividad 16 NO: Continúe actividad 18</p>			
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



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

PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y CONTENIDOS GRÁFICOS

Código: 208-COM- Pr-08

Versión: 6

Vigente desde: 22/08/2022

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			

	PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y CONTENIDOS GRÁFICOS	Código: 208-COM– Pr-08
		Versión: 7
		Vigente desde: 18/08/2022

7. DIAGRAMA DE FLUJO

- Ver diagrama de flujo de las actividades procedimiento Comunicación Estratégica Interna y/u Organizacional.

8. PUNTOS DE CONTROL

N° Actividad	Actividad	¿Qué y cómo se controla?	¿Con qué frecuencia?	¿Quién lo controla?
11	Revisar y aprobar el contenido de la pieza.	Los temas a publicar según la importancia y necesidad de comunicación.	Las veces que sea requerida conforme los ajustes requeridos	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
14	Evaluar pruebas de imposición de color hechas por la Imprenta.	Los temas a publicar según la importancia y necesidad de comunicación.	Las veces que sea requerida conforme los ajustes requeridos	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
17	Aprobar Sherpas	Los temas a publicar según la importancia y necesidad de comunicación.	Las veces que sea requerida conforme los ajustes requeridos	Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones

9. DOCUMENTOS RELACIONADOS

9.1 Normograma

- Ver Normograma

9.2 Documentos Internos

- Ver Listado Maestro de Información Documentada o Listado Maestro de Documentos

*Seamos responsables con el planeta, No imprima este documento
Si este documento se encuentra impreso se considera "Copia No Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la carpeta de calidad de la CVP*

	PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y CONTENIDOS GRÁFICOS	Código: 208-COM– Pr-08
		Versión: 6
		Vigente desde: 18/08/2022

9.3 Formatos Asociados

- Plan Estratégico de Comunicaciones de la CVP. Código 208-COM-Ft-09

9.4 Documentos Externos

Nombre del Documento	Fecha de publicación o versión del documento	Entidad que lo emite	Ubicación
Plan De Desarrollo Distrital 2020-2024: Un Nuevo Contrato Social y Ambiental para la Bogotá del Siglo XXI	(Artículo del Acuerdo 761 de 2020)	SECRETARÍA DISTRITAL DE PLANEACIÓN	https://www.sdp.gov.co/gestion-a-la-inversion/planes-de-desarrollo-y-fortalecimiento-local/planes-de-desarrollo-local/nuevo-contrato-social-y-ambiental-siglo-xxi
Guía de Lenguaje Claro e Incluyente del Distrito Capital de 2019	Septiembre 2019	Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá	https://secretariageneral.gov.co/sites/default/files/linemientos-distritales/guia-de-lenguaje-claro-incluyente-del-distrito-capital.pdf
Manual estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital de 2021	Marzo 2021	Consejería de Comunicaciones de la Alcaldía Mayor de Bogotá	https://secretariageneral.gov.co/sites/default/files/planeacion/manual_estragetico_de_comunicaciones_en_el_distrito_capital.pdf

10. ANEXOS (Opcional)

N/A

11. CONTROL DE CAMBIOS

*Seamos responsables con el planeta, No imprima este documento
Si este documento se encuentra impreso se considera "Copia No Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la carpeta de calidad de la CVP*

	PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y CONTENIDOS GRÁFICOS	Código: 208-COM– Pr-08
		Versión: 6
		Vigente desde: 18/08/2022

Versión	Fecha Aprobación (dd-mm-aaaa)	Cambios	Revisó Nombre y Cargo Líder del Proceso
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 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	30/01/2017	Se modifican documentos de referencia, descripción de actividades.	MARCELA SIERRA CUELLO Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
5	31/07/2018	Se modifica normatividad y descripción del procedimiento.	JUAN PABLO ROBLEDO BARROS Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
6	18/08/2022	Se modifican condiciones generales, normatividad y documentos de referencia.	MANUEL ALFONSO RINCÓN RAMÍREZ Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones

*Seamos responsables con el planeta, No imprima este documento
Si este documento se encuentra impreso se considera "Copia No Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la carpeta de calidad de la CVP*

	PROCEDIMIENTO PRODUCCIÓN DE CAMPAÑAS Y CONTENIDOS GRÁFICOS	Código: 208-COM- Pr-08
		Versión: 6
		Vigente desde: 18/08/2022

12. APROBACIÓN

ELABORADO	REVISADO	APROBADO
Nombre: María José Zabala Vargas Cargo: (Contrato 201-2022) Oficina Asesora de Comunicaciones Fechas: 19-08-2022	Manuel Alfonso Rincón Ramírez Cargo: Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones Fecha: 19-08-2022	Manuel Alfonso Rincón Ramírez Cargo: Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones Fecha: 19-08-2022

*Seamos responsables con el planeta, No imprima este documento
Si este documento se encuentra impreso se considera "Copia No Controlada". La versión vigente se encuentra publicada en la carpeta de calidad de la CVP*