

	<h2>COMUNICACIÓN EXTERNA</h2>	Código: 208-COM-Pr-06
		Versión: 6
		Vigente desde: 15/04/2026

1. OBJETIVO

Promover una comunicación integral y efectiva para construir relaciones de confianza con los públicos de interés, especialmente con los medios de comunicación locales y nacionales, ciudadanía, colectivos sociales, y organizaciones públicas y privadas con los cuales interactúa la Caja de la Vivienda Popular (CVP), a través de la gestión que realicen los y las periodistas que conforman el equipo de la Oficina Asesora de Comunicaciones de la entidad, para así generar opinión pública y visibilidad favorable de la entidad,.

2. ALCANCE

Inicia con la necesidad de propiciar, generar y mantener una comunicación efectiva con los medios de comunicación y grupos de interés (ciudadanía, colectivos sociales y organizaciones públicas y privadas), para visibilizar la gestión de la entidad y su alcance e interacción con la ciudadanía. Los medios apoyan la comunicación efectiva de la oferta de servicios, y de los alcances de las acciones en territorio para el cumplimiento de la misión de la CVP.

3. POLÍTICAS DE OPERACIÓN

3.1. Para el correcto funcionamiento de este procedimiento, se requiere el diseño e implementación de productos de texto, audiovisuales y/o gráficos enfocados al público externo interesado en la información que produzca la entidad.

3.2. El lenguaje usado en las estrategias de comunicación que se implementen y estructuren 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.

3.3. La Oficina Asesora de Comunicaciones debe contar con el recurso humano especializado en la aplicación y creación de estrategias de comunicación externa efectivas.

4. DEFINICIONES Y SIGLAS

Actores: personas 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.

Boletín de prensa¹: herramienta para llegar al público con un mensaje claro y conciso dirigido a periodistas, productores(as), presentadores(as), editores(as) y demás

¹ Tomado de: Global Encryption Coalition. Disponible en: https://www.globalencryption.org/wp-content/uploads/2022/10/Campaign-in-a-box_-_Press-release-explainer_ES.pdf

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

	<h2>COMUNICACIÓN EXTERNA</h2>	Código: 208-COM-Pr-06
		Versión: 6
		Vigente desde: 15/04/2026

profesionales de los medios de comunicación interesados, en un formato estándar. Está diseñado para transmitir información importante y anticipar las preguntas que podrían hacer los medios. Te permite controlar el relato que llegará al público y enmarcar el tema como deseas representarlo. Este es el abordaje recomendado para que los medios consideren tu nota como una noticia interesante y deseen cubrirla.

Comunicación: entendida como un proceso transversal, no lineal, de interacciones entre actores/actrices situadas 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 la ciudadanía, servidoras y servidores públicos, oferentes, instituciones y demás actores involucrados alrededor de asuntos de interés colectivo.

Comunicado²: declaración, una nota, informe o parte que comunica una información para su conocimiento público. El comunicado puede ser elaborado por una persona, una empresa, una organización o un gobierno y suele ser difundido a través de los medios de comunicación masiva.

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.

Divulgación: proceso de producción y circulación de información, que se configura 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.

² Tomado de: Definición de: *Comunicado*. Disponible en: <https://definicion.de/comunicado/>

	<h2>COMUNICACIÓN EXTERNA</h2>	Código: 208-COM-Pr-06
		Versión: 6
		Vigente desde: 15/04/2026

Free Press³: cobertura mediática que una empresa recibe de manera orgánica, es decir, sin pagar por anuncios o espacios publicitarios. Esta cobertura puede manifestarse en forma de artículos, entrevistas, menciones en programas de televisión, o incluso publicaciones en redes sociales. A diferencia de la publicidad, donde el anunciante tiene control total sobre el mensaje y su presentación, el Free Press depende del interés y la decisión editorial de los medios de comunicación. Esto significa que, aunque una empresa puede intentar influir en la narrativa, el resultado final está en manos de los y las periodistas, y los y las editores.

Medios de comunicación: los medios de comunicación actúan como herramientas esenciales en la sociedad actual. Su función principal es informar y transmitir mensajes en diversos formatos: texto, audio, imágenes o video. A veces, su alcance es masivo, llegando a millones de personas, como la televisión o los periódicos (impresos o digitales). Otras veces, su propósito es comunicar a grupos de personas más reducidos, como ocurre con los periódicos locales o las publicaciones internas.

Medios de comunicación alternativos⁴: creados gracias a las webs informativas de periodistas independientes. En sus inicios los medios alternativos no eran accesibles para la mayoría del público, pero a medida que se fueron desarrollando las tecnologías electrónicas de captación, almacenaje y transmisión de datos los medios alternativos comenzaron a contar con más lectores(as). En la actualidad, un gran número de personas se han inclinado a informarse a través de los medios alternativos.

Medios de comunicación comunitarios⁵: herramienta importante para responder a las necesidades de información y comunicación de las comunidades pequeñas o apartadas, tanto en las zonas rurales como en las urbanas, dándoles acceso a la información y el conocimiento, comprendidos en materiales de contenido local y del dominio público que pueden mejorar su participación en la toma de decisiones en el ámbito local. Asumen una voz propia y se organizan para integrarse y visibilizarse por intereses comunes (género, edad, etnia, credo, condición social o económica, orientación sexual, condiciones físicas y/o mentales, origen, territorio y asuntos lingüísticos, entre otros), para desarrollar y gestionar procesos comunicativos) que reivindiquen a la población y sus derechos humanos.

³ Tomado de: Seo y Social Media. *FREE PRESS : ¿Qué es, para qué sirve y cómo hacerlo?* Disponible en: https://www.seosocialmedia.com/2024/07/free-press-que-es-para-que-sirve-y-como.html#google_vignette

⁴ Tomado de: Comunicare. *Tipos de medios alternativos de comunicación.* Disponible en: https://www.comunicare.es/tipos-de-medios-alternativos-de-comunicacion/#google_vignette

⁵ Tomado de: Defensa integral VII. *Medios de comunicación comunitarios.* Disponible en: <https://defensaintegral7.blogspot.com/2011/04/medios-de-comunicacion-comunitarios-los.htm>

	<h2>COMUNICACIÓN EXTERNA</h2>	Código: 208-COM-Pr-06
		Versión: 6
		Vigente desde: 15/04/2026

Pauta publicitaria⁶: conjunto de espacios de publicidad que se seleccionan para comunicar algo durante un período de tiempo. Estas pautas implican el desarrollo de una campaña publicitaria para difundir alguna novedad.

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.

5. DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES

Nº	Actividad y descripción	Responsable	Registros
Planeación y producción de contenidos			
1	Convocatoria al Consejo de Redacción: Convocar periódicamente al Consejo de Redacción, definiendo fecha, participantes y agenda preliminar.	Jefe/Jefa Oficina Asesora de Comunicaciones Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	208-GD-Ft-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico
2	Identificación y priorización de necesidades comunicacionales: Analizar en el Consejo de Redacción las necesidades, requerimientos y lineamientos de la Dirección General surgidos en comités o reuniones, así como las expectativas de los públicos de interés.	Jefe/Jefa Oficina Asesora de Comunicaciones Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	208-GD-Ft-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico
3	Definición de contenidos: Definir los contenidos y acciones que permitan atender de manera adecuada las necesidades, solicitudes y observaciones que realicen los públicos	Jefe/Jefa Oficina Asesora de Comunicaciones	208-GD-Ft-06 Acta de Reunión y/o correo electrónico

⁶ Tomado de: Definición de: *Pauta*. Disponible en:

<https://definicion.de/pauta/#:~:text=Se%20conoce%20como%20pauta%20publicitaria,durante%20un%20per%C3%A9odo%20de%20tiempo>

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

N°	Actividad y descripción	Responsable	Registros
	de interés de la entidad por medio de los y las periodistas de la OAC que son enlaces de las misionales, considerando, especialmente, a los medios de comunicación.	Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	
4 P. C.	<p>Producción de contenidos: Producir contenidos de divulgación en función de lo definido por el Consejo de Redacción, como boletines de prensa, piezas gráficas, videos, entrevistas, entre otros.</p> <p>¿Los videos, piezas, boletines, etc. son aprobados? SÍ: continúa actividad 6 NO: pasa a actividad 5</p>	<p>Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones</p> <p>Jefe/Jefa Oficina Asesora de Comunicaciones</p>	Correo electrónico
5	Ajustes de contenidos: realizar los ajustes requeridos a los contenidos.	Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	Correo electrónico
6	Gestión de divulgación de contenidos: Divulgar con los y las periodistas que cubren la fuente de Bogotá, para impactar los medios de comunicación	<p>Jefe/Jefa Oficina Asesora de Comunicaciones</p> <p>Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones</p>	Correo institucional
7	Publicación y difusión de contenidos: Subir y/o compartir cada noticia y contenido producido por la OAC en la página web de la entidad y en cada una de las redes sociales de la CVP. Además, se deben enviar dichos contenidos al Portal Bogotá de la Alcaldía Mayor para difusión y a canales comunitarios para que la ciudadanía esté informada.	Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	<p>www.cvp.gov.co Cuentas de redes sociales CVP</p>
Gestión complementaria de comunicación externa			

*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*

N°	Actividad y descripción	Responsable	Registros
8	<p>Producción de contenidos para pauta institucional: Crear cuñas, videos, notas escritas y productos para que sean pautados a través de la Empresa de Telecomunicaciones de Bogotá - ETB, en medios de comunicación nacionales, locales y comunitarios. El equipo de comunicaciones de la CVP debe organizar y producir esos materiales para que posteriormente sean enviados a la ETB y esta empresa los pauten en los medios establecidos y escogidos por la entidad a través de un contrato de pauta.</p>	<p>Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones</p>	<p>Correo institucional</p>
9	<p>Gestión de solicitudes de prensa y vocería: Atender las solicitudes de los y las periodistas oportunamente, para evaluarlas y decidir si es necesario dar vocería a través del(la) director(a) general, de algún(a) directivo(a) o mediante una respuesta escrita. Esta respuesta se debe organizar con el área pertinente o encargada del tema de la solicitud.</p>	<p>Jefe/Jefa Oficina Asesora de Comunicaciones y dependencia encargada del tema.</p>	<p>Correo institucional</p>
10	<p>Asesoría en vocería institucional: Asesorar al director(a) general de la entidad cuando un medio de comunicación, entidad o empresa lo(la) requiera para vocería, pues inicialmente el/la único(a) vocero/vocera oficial será él/ella. Si no puede responder, deberá delegar a alguien de su equipo para que lo haga.</p>	<p>Jefe/Jefa Oficina Asesora de Comunicaciones</p> <p>Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones</p>	<p>Correo institucional</p>
11	<p>Elaboración y gestión de boletines con la Alcaldía Mayor:</p>	<p>Jefe/Jefa Oficina Asesora de Comunicaciones</p>	<p>Correo institucional</p>

*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*

	<h2>COMUNICACIÓN EXTERNA</h2>	Código: 208-COM-Pr-06
		Versión: 6
		Vigente desde: 15/04/2026

N°	Actividad y descripción	Responsable	Registros
	Redactar en boletines de prensa cuando hay evento con el alcalde/ la alcaldesa mayor; dicho boletín debe ser enviado al equipo de Comunicaciones de la Alcaldía Mayor para que lo aprueben, modifiquen y publiquen.	Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones	
Seguimiento y evaluación			
12	Monitoreo y análisis de medios: Hacer un monitoreo de medios mensual, con el objetivo de conocer sobre el comportamiento de los canales de comunicación y Free Press que fortalecen la comunicación externa.	Jefe/Jefa Oficina Asesora de Comunicaciones y director(a) general.	Correo institucional
	Fin		

6. DOCUMENTOS RELACIONADOS

Código	Nombre del documento
N/A	Plan De Desarrollo Distrital 2024-2028: Bogotá camina segura
208-GD-Ft-06	Acta de Reunión
N/A	Manual Estratégico de Comunicaciones en el Distrito Capital
N/A	Manual de marca Alcaldía Mayor de Bogotá
N/A	Plantilla boletín de prensa

7. ANEXOS

N/A

*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*

	<h2>COMUNICACIÓN EXTERNA</h2>	Código: 208-COM-Pr-06
		Versión: 6
		Vigente desde: 15/04/2026

8. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha aprobación	Cambios	Responsable
1	20-08-2015	PROCEDIMIENTO NUEVO	Manuel Alfonso Rincón – Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
2	21-01-2016	Se modifica los documentos de las actividades 2,3,4,5	Manuel Alfonso Rincón – 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	Manuel Alfonso Rincón – Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
4	07-02-2017	Se modifica documentos de referencia y responsables de las actividades	Manuel Alfonso Rincón – Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
5	08-06-2018	Se modifica la descripción del procedimiento en “documentos y registros” para el caso de las aprobaciones de las piezas comunicativas a divulgar. Adicionalmente se cambia el nombre del Procedimiento	Manuel Alfonso Rincón – Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones
6	15-04-2026	Se actualizan las siguientes secciones: objetivo, alcance, políticas de operación, definiciones y siglas, descripción de actividades, y documentos relacionados. Esto para responder a las necesidades actuales de la CVP en materia de comunicación digital.	Daniel Leonardo Correa Hernández – 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*

	<h2>COMUNICACIÓN EXTERNA</h2>	Código: 208-COM-Pr-06
		Versión: 6
		Vigente desde: 15/04/2026

9. APROBACIÓN

ELABORADO	REVISADO	APROBADO
NOMBRE: Jessica Cedeño CARGO: Contratista FECHA: 23-05-25	NOMBRE: Daniel Correa CARGO: Jefe Oficina Asesora De Comunicaciones FECHA: 23-05-25	NOMBRE: Daniel Correa CARGO: Jefe Oficina Asesora De Comunicaciones FECHA: 15-04-26

*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*