

Componente de comunicaciones



La vivienda y el agua son de todos

Minvivienda



CASA DIGNA
VIDA DIGNA

Propósito de comunicaciones en CDVD

- Desarrollar estrategias que faciliten el posicionamiento y visibilización del programa Casa Digna, Vida Digna, a través del trabajo de todas las partes interesadas con sus interlocutores estratégicos, generando una ruta sostenible de atención a la población vulnerable con déficit cualitativos de vivienda.



Marco Regulatorio



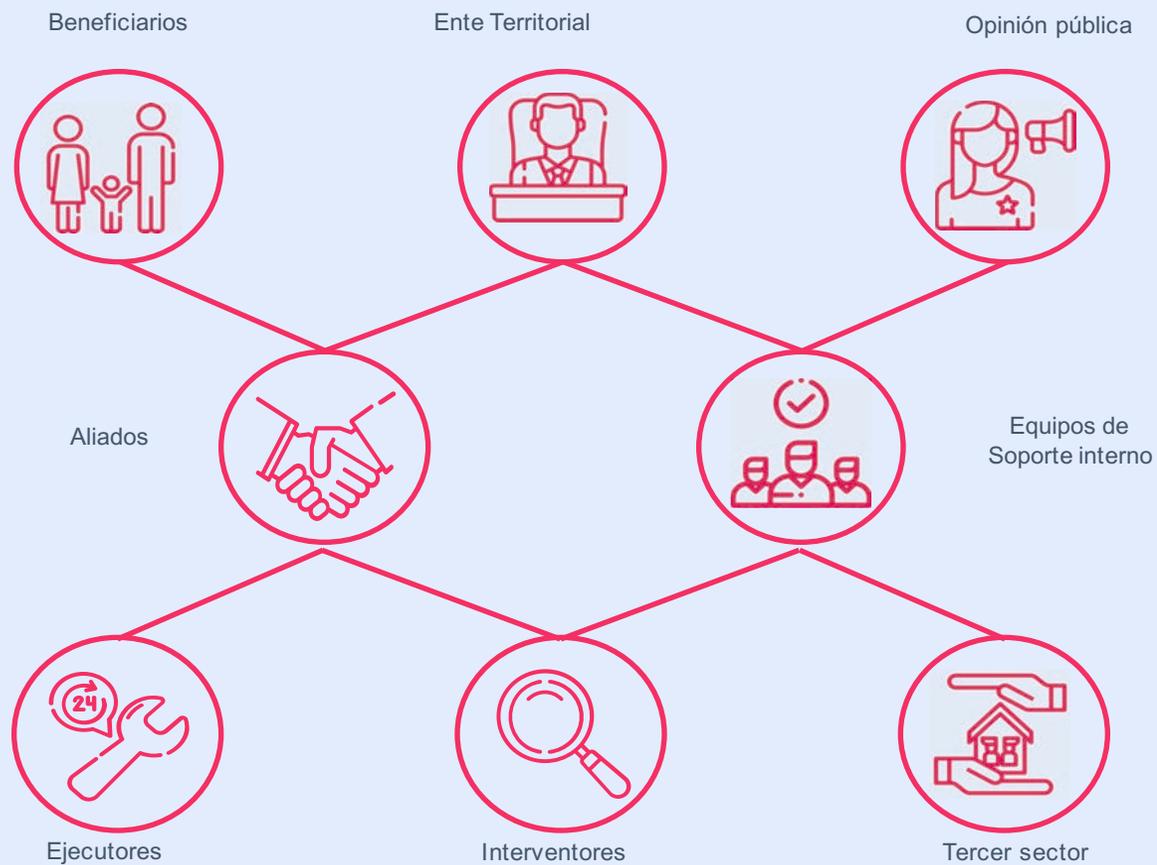
- Constitución Política de Colombia, artículos. 13, 20 y 80 (Derecho a la información).
- Ley 1712 de 2014 (Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública).
- Decreto 1077 de 2015.
- Manual Operativo Casa Digna Vida Digna.



- Las demás normas que las modifiquen, adicionen o sustituyan.



Mapa de públicos



Lineamientos

Visibilidad de Territorio *

Mostrar a la opinión pública “historias de éxito” surgidas desde el territorio que muestren a participantes que superan sus deficiencias cualitativas en vivienda transformando y dignificando sus vidas.

Relacionamiento Efectivo

Afianzar el relacionamiento externo del programa CDVD con sus públicos de interés para generar sostenibilidad del programa.

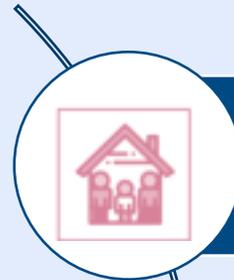
Articulación Interna

Apoyar procesos de comunicación interna y clima organizacional para la articulación del equipo de trabajo del programa y la creación de conciencia de corresponsabilidad en la gestión.

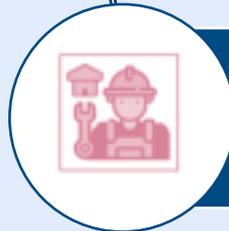




Acuerdos



Para comunicar es necesario conocer “Todos somos voceros del programa”.



Comunicación informativa pertinente, clara y de fácil comprensión.



La Comunicación en el territorio debe ser receptiva.



Acuerdos



Comunicación contextualizada (Voz a Voz).

Guía de Estilo Gráfico CASA DIGNA, VIDA DIGNA y el Manual de Imagen del Gráfico del Gobierno de Colombia.

Piezas de comunicación deben contar con un visto bueno



Piezas de comunicación que de alta definición (300 DPIs).

Corresponsalia corresponsable en territorio. (flujo de comunicación permanente con su línea de articulación operativa.)

Los equipos ejecutores e interventores se articulan al role de comunicación del ente territorial





Acuerdos



La vocería única es responsabilidad del MVCT-FONVIVIENDA y el ente territorial.



En emergencia sanitaria priorizar y usar los medios de comunicación virtuales.



Información de CDVD - ley de protección de datos





Acuerdos



Uso responsable en el uso de indumentaria o materiales que proyecten la imagen del programa y del MVCT-FONVIVIENDA



Todas las actividades formativas, sociales y de capacitación con presencia de marca



Piezas audiovisuales que muestren las historias de vida de beneficiarios



Acuerdos

Medios propios e institucionales para la difusión de mensajes del programa generados desde el MVCT

Diligencia y confidencialidad en el manejo de la información



Ruta de ejecución



1

Etapa técnica:
Fonvivienda convoca a E.T

Responsable: FONVIVIENDA

Objetivo: Socializar entre los entes territoriales y la ciudadanía el programa CDVD.

Target: Entes territoriales y Opinión Pública

Acciones de comunicación sugeridas: Oficio a los entes - Boletín de prensa medios nacionales - Visita de medios por el Ministro y/o el Vice - Redes sociales del MVCT - Mailing a entes - Pág. web del MVCT - Código cívico.

Hitos Comunicativos: Lanzamiento a opinión pública de la convocatoria

2

Etapa técnica:
Firma convenio tripartita

Responsable: FONVIVIENDA

Objetivo: Dar a conocer a la opinión pública el alcance logrado por el número de municipios que presentan su interés y posibles beneficiarios del programa.

Target: Opinión pública especialmente la de los municipios seleccionados

Acciones de comunicación sugeridas: Boletín de prensa medios nacionales - Visita de medios por el Ministro y/o el Vice - Redes sociales del MVCT - Pág. web del MVCT

Hitos Comunicativos: Firmas de convenios tripartitos



Ruta de ejecución



3

Etapa técnica: Socialización con posibles participantes

4

Etapa técnica: Postulación de hogares

Responsable: ENTE

Objetivo: Dar a conocer a las comunidades habitantes de las zonas priorizadas la presencia del programa y las condiciones y requerimientos para participar en CDVD

Objetivos: Motivar la inscripción permanente de hogares al programa. Informar de manera clara a los posibles participantes del estado de su postulación en el programa

Target: Comunidades de los barrios priorizados

Target: Posibles participantes

Acciones de comunicación sugeridas: Medios interpersonales: Reuniones de socialización – voz a voz con líderes de la zona – PAC en secretaría de vivienda (NO se recomienda con situación de pandemia) Medios indirectos o virtuales: Llamadas con líderes de JAC o a través de app – perifoneo – carteles en lugares de uso común – plegables en correo directo – radio y tv comunitaria. Página web y redes del ente

Acciones de comunicación sugeridas: Se mantiene la campaña de convocatoria del punto anterior. Para atender a los posibles beneficiarios debe mantenerse el PAC presencial y virtual, el correo electrónico del ente y un sitio en el web site del ente y las llamadas a celular o uso del correo electrónico. (Cuando se registran se tienen la base de datos de contacto con ellos).

Hitos Comunicativos: Aperturas de convocatorias a postulación



Ruta de ejecución



Etapas Técnicas:

5

Categorización y Diagnóstico

Asignación del subsidio

Ejecución de obras

Certificación de mejoramientos

Responsables: EJECUTOR – ENTE

Objetivo: Informar de forma clara y eficiente con los habilitados la realización de las inspecciones domiciliarias teniendo en cuenta las condiciones de pandemia

Target: Registrados habilitados

Acciones de comunicación

sugeridas: Llamadas telefónicas, correos electrónicos, aplicaciones, mensajes de texto.

Objetivos:

1. Acompañar el proceso de construcción de los mejoramientos implementados para informar y dar respuesta permanente a todas las PQR que se originan en la intervención.
2. Identificar las historias de vida comunicables en el desarrollo del programa (Antes, durante y después)
3. Implementar los procesos de participación social y capacitaciones para las familias participantes utilizando medios de comunicación.

Target: Hogares participantes y comunidades aledañas de ser necesario

Acciones de comunicación sugeridas:

Llamadas telefónicas, correos electrónicos, aplicaciones, mensajes de texto.
Se recomienda usar las visitas de verificación en obra con todos los protocolos de distanciamiento y bioseguridad.
Foros de participación social mediados por herramientas virtuales.
Capacitaciones y talleres sobre hábitat saludable y sostenibilidad de obra a través de Aplicaciones en vivo, teleconferencias o videos en Youtube.

Hitos Comunicativos: Acciones de gestión social destacables, Firma de actas de inicio de intervención, Entregas de mejoramientos.



La vivienda y el agua
son de todos

Minvivienda



La vivienda y el agua
son de todos

Minvivienda

GRACIAS

www.minvivienda.gov.co

Síguenos en nuestras redes sociales en Twitter @Minvivienda,
en Facebook @Minvivienda y en Instagram @Minvivienda.