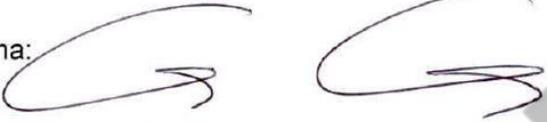
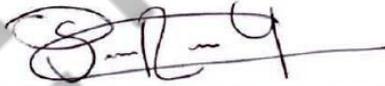


Aprobación		Revisión Técnica
Firma: 		
Nombre: Óscar Efraín Velásquez Salcedo		Grace Smith Rodado Yate
Cargo: Director Técnico		Directora Técnica
Dependencia:	Dirección de Participación Ciudadana y Desarrollo Local.	Dirección de Planeación
R.R. No.	035	Fecha 30 AGO. 2018

Juan Carlos Granados Becerra
Contralor de Bogotá

Andrés Castro Franco
Contralor Auxiliar

Sandra Rocío Ávila Forero
Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones.

Óscar Efraín Velásquez Salcedo
Director de Participación Ciudadana y Desarrollo Local
Responsable del Proceso de Participación Ciudadana y Comunicación con Partes
Interesadas.

Fecha: julio 2018

TABLA DE CONTENIDO

Portada	6
Bandera	
Introducción	7
1.PROTOCOLO DE COMUNICACIONES	
1.1 Oficina Asesora de Comunicaciones	8
2. COMUNICACIÓN EXTERNA	
2.1. Vocería Oficial	9
2.1.1. Manejo de la información en momentos de crisis	
3. COMUNICACIÓN INTERNA	10
3.1. Emisión de mensajes institucionales	
3.2. Medios virtuales	11
3.3. Piezas comunicativas	
4. IDENTIDAD INSTITUCIONAL	12
4.1. Identidad Institucional	
4.1.1. Marca	13
4.1.2. Símbolo	
4.1.3. Logotipo	14
4.1.4. Construcción	
4.1.5. Proporciones	15
4.1.6. Área segura	
4.1.7. Colores	16
4.1.8. Versiones monocromáticas	
4.1.9. Aplicación blanco o negro	17
4.1.10. Aplicación sobre fondos	
4.1.11. Tamaño mínimo	18
4.1.12. Usos incorrectos	
4.1.13. Tipografías	19
4.2. Eslogan	
4.2.1. Proporciones del eslogan	20
4.2.2. Aplicación de eslogan en plantilla oficial	

4.3. Papelería e impresos	21
4.3.1. Papelería interna y externa	
4.3.2. Tarjetas y sobres	
4.3.3. Etiquetas de CD o DVD	22
4.3.4. Carpetas institucionales	
4.3.5. Afiches y volantes	23
4.4. Elementos institucionales	
4.4.1. Bandera	
4.4.2. Pendones	24
4.4.3. Uniformes y otras prendas institucionales	
4.4.4. Escarapelas	25
4.4.5. Habladores	
4.4.6. Carné	26
4.4.7. Himno	
4.5. Correos electrónicos	27
4.5.1. Firma de correos electrónicos	
4.6. Audiovisuales	
4.6.1. Logo en web	
4.6.2. Videos, mensajes y otros	28
4.7. Presentaciones	
4.7.1. Publicaciones	
4.7.2. Plantilla Power Point	29
4.8. Otras aplicaciones	
4.8.1. Imagen en vehículos	
4.9. Aplicaciones	30
4.9.1. Artículos	
4.9.2. Estand	
4.9.3. Avisos para exteriores	31
5. REDES SOCIALES	
5.1. Redes Sociales	32
5.1.1. Pautas de diseño, contenido y configuración de las cuentas	33
5.1.2. Alcance	
5.1.3. Instancias, responsabilidad y autoridad	34

5.2 MARCA DIGITAL

5.2.1 Justificación	
5.2.2 Construcción	35
5.2.3 Tipografía	
5.2.4 Colores	36
5.2.5 Aplicación en Blanco y Negro	
5.2.6 Aplicaciones	37

6. EVENTOS Y PROTOCOLO

6.1. Eventos y protocolo	38
6.2. Organización del evento	
6.2.1. Planificación	
6.2.2. Ejecución	39
6.3. Citaciones e invitaciones	40

7. CONTROL DE CAMBIOS	41
------------------------------------	----

OBSOLETO



CONTRALORÍA

DE BOGOTÁ, D.C.

Manual de Identidad Institucional



CONTRALORÍA
DE BOGOTÁ, D.C.

"Una Contraloría aliada con Bogotá"

Manual de Identidad
Institucional

Juan Carlos Granados Becerra

Contralor de Bogotá

Andrés Castro Franco

Contralor Auxiliar de Bogotá

Sandra Rocío Ávila Forero

Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones

Elaboración y diseño

Equipo Oficina Asesora de Comunicaciones

2018

Introducción

Los procesos de comunicación en las organizaciones exigen protocolos que orienten las acciones a seguir cuando de manejo de información e imagen se trata.

Dentro de las estructuras de las entidades públicas o privadas existe una oficina que lidera estas políticas, con base en los lineamientos de la alta dirección, y ejecuta estrategias que permiten divulgar su gestión y afianzar la reputación de la institución frente a sus clientes.

En la Contraloría de Bogotá D.C., la Oficina Asesora de Comunicaciones es la encargada de cumplir con este tipo de

funciones, pues es la llamada a diseñar y proponer programas que desde el enfoque comunicacional faciliten el cumplimiento de la misión y los objetivos institucionales.

El presente Manual de Identidad busca fijar procedimientos fundamentales en el desarrollo de los procesos de comunicación al interior de la entidad, que contribuyan no solo en el buen posicionamiento de la imagen corporativa, sino en el fortalecimiento de la cultura organizacional.

Con la implementación de este documento, los funcionarios conocerán de manera general los lineamientos a

seguir en cuanto al manejo de la comunicación, lo cual permitirá mantener coherencia dentro de los procesos, unificar el lenguaje para nuestros públicos de interés y fortalecer la imagen y reputación institucional.

El Manual de Identidad Institucional es una guía que permite unificar criterios gráficos de la imagen corporativa de la Contraloría de Bogotá D.C., en el cual se incorporan diferentes elementos institucionales y normas básicas de diseño, con el fin de propender tanto por el uso como por el posicionamiento de la marca.

1-2-3

PROTOCOLO DE COMUNICACIONES



1.1 Oficina Asesora de Comunicaciones

El Acuerdo 658 de 2016 señala que la Contraloría de Bogotá D.C., es un organismo de carácter técnico, dotado de autonomía administrativa y presupuestal, al cual le corresponde la vigilancia de la gestión fiscal del Distrito Capital y de los particulares que manejen fondos o bienes del mismo, en los términos y condiciones previstos en la Constitución Política, las Leyes y los Acuerdos.

Ante la opinión pública, la Contraloría trabaja para ser reconocida como una entidad confiable por su efectividad en la vigilancia del manejo de los recursos públicos del Distrito Capital. En este escenario, y en aras de velar por la reputación institucional construida durante casi nueve décadas de existencia como entidad de control fiscal, cuenta actualmente en su estructura orgánica con una Oficina Asesora de Comunicaciones.

Esta dependencia es la encargada de visibilizar la gestión y las actuaciones institucionales, además de velar por la imagen de la entidad y generar confianza en sus públicos internos y externos, a través de la ejecución del Plan Estratégico de Comunicaciones de cada período administrativo.



2. Comunicación externa

Según el Acuerdo 658 de 2016, la Oficina Asesora de Comunicaciones tiene la función de "Proponer y ejecutar estrategias de interacción informativa y comunicacional que contribuyan al afianzamiento de las relaciones entre la Contraloría de Bogotá D.C., y la ciudadanía", y de "Dar a conocer los adelantos y proyectos de la entidad y preparar informes especiales de acuerdo con el medio de comunicación".

En este sentido, adelanta acciones enmarcadas dentro del Plan Estratégico de Comunicaciones, mediante la promoción institucional y el uso de herramientas como:

» Mensajes institucionales en medios masivos de comunicación: a través de ellos (radio, prensa, televisión, portales

de internet, páginas web y redes sociales) divulga el quehacer institucional hacia la ciudadanía.

» Relaciones públicas: contacto directo con periodistas y directores de medios de comunicación con el fin de fortalecer la relación institución-opinión pública.

» Comunicados y ruedas de prensa: información a periodistas que cubren la fuente de la Contraloría de Bogotá sobre las acciones de vigilancia fiscal que impactan a la ciudad.

» Eventos: espacios de debate interinstitucional que generen discusiones productivas sobre temas de impacto para la ciudad.



2.1 Vocería oficial

El conocimiento y la preparación de los temas institucionales para responder a las solicitudes de periodistas y medios de comunicación de manera asertiva y oportuna, es uno de los aspectos más importantes en el posicionamiento positivo, la generación de valor agregado y el fortalecimiento de la imagen pública.

Para el caso de la Contraloría de Bogotá D.C., la vocería oficial corresponde al Contralor de la ciudad. Solamente en casos especiales esta podrá ser delegada al Contralor Auxiliar.



Vocería oficial

2.1.1 MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN MOMENTOS DE CRISIS

Los momentos de crisis son aquellos en los cuales se pone en riesgo el nombre e imagen de la Contraloría de Bogotá D.C. o del Contralor, como su representante legal, así como el cumplimiento de las actividades institucionales.

Las crisis se pueden presentar a nivel externo o interno. Para afrontarlas es necesario analizar los acontecimientos, su alcance y posibles acciones.

El manejo de crisis dependerá exclusivamente del Contralor de Bogotá, con el acompañamiento de la Oficina Asesora Jurídica, que de manera previa analizará el contexto de su competencia, y la Oficina Asesora de Comunicaciones, que orientará la pertinencia de los pronunciamientos y manejo ante medios de comunicación.

Podrán hacer parte de este equipo de manejo de crisis los directivos y asesores que el Contralor de Bogotá considere necesarios.



3. Comunicación Interna

Para posicionar la imagen de la Contraloría de Bogotá D.C., se debe comenzar desde adentro, y establecer lenguajes comunes que además de promover un mismo enfoque institucional, fortalezcan el sentido de pertenencia hacia la entidad.

La comunicación interna debe convertirse en una herramienta que favorezca la cultura organizacional, permita sentirse parte de una familia y refuerce la identidad con la Contraloría.

Conforme al Acuerdo 658 de 2016, la Oficina Asesora de Comunicaciones tiene como función "Dirigir y coordinar la comunicación interna entre las

dependencias de la entidad y los funcionarios en general", actividad que se determina de acuerdo con los lineamientos de la alta dirección.

Los clientes internos de la entidad son los funcionarios de la misma, e incluyen personal de carrera administrativa, provisionales, de libre nombramiento y remoción y personas vinculadas por prestación de servicios.

Dentro de los principales canales de comunicación establecidos a nivel interno se encuentran: redes sociales, correo institucional, intranet, cartelera audiovisual y piezas de comunicación digitales audiovisuales y para contenido web.



3.1 Emisión de mensajes institucionales

La Oficina Asesora de Comunicaciones es la encargada de coordinar y emitir por los canales de comunicación oficiales, la información institucional a nivel interno, incluida aquella que necesiten publicar las diferentes dependencias.

Para este efecto, las Direcciones u Oficinas interesadas deben remitir al correo de la Oficina Asesora de Comunicaciones:

comunicaciones@contraloriabogota.gov.co

la información que desea difundir entre los funcionarios, aprobada por el jefe de la dependencia.



3.2 Medios virtuales

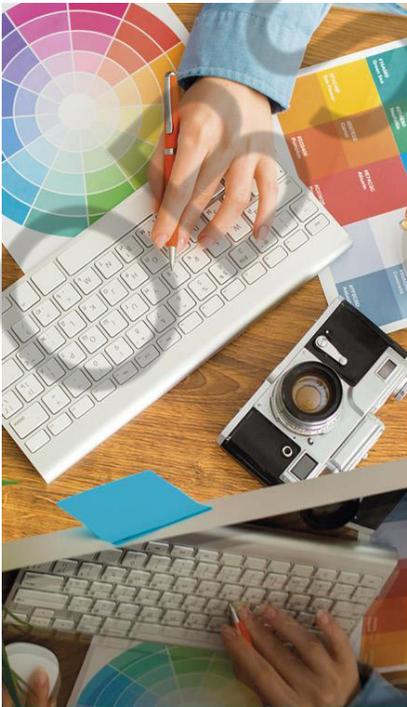
La información que se dé a conocer a través de los medios electrónicos formales de la entidad (portal Web, Intranet, correo electrónico o sistemas de información) deberá ser veraz y oportuna y contar con la autorización respectiva según el caso.

Todo correo electrónico enviado a sujetos de control, autoridades competentes, organismos gubernamentales o empresas del sector privado, remitido en el ejercicio de las funciones de cada área, tendrá que dirigirse por el dominio:

@contraloriabogota.gov.co y contener únicamente información oficial.

Se debe tener buena ortografía, una redacción cortés e incluir la firma

electrónica institucional, con el fin de preservar la identidad digital de la Contraloría de Bogotá D.C.



3.3 Piezas comunicativas

Otra de las funciones de la Oficina Asesora de Comunicaciones es "Dirigir y atender las actividades de diseño, elaboración, edición y presentación de piezas comunicativas destinadas a garantizar la eficiente, eficaz y efectiva información de la Contraloría de Bogotá D.C., tanto a nivel externo como interno". Por lo tanto, cualquier campaña institucional, pieza comunicativa o material impreso a producir de acuerdo con los Planes de Acción de cada Dirección, deberá contar con la asesoría y la aprobación de la Oficina Asesora de Comunicaciones, con el fin de garantizar tanto el buen manejo de la imagen institucional, como la optimización de los mensajes emitidos por la entidad.

¿Qué se pretende?

- » Mejorar la comunicación interna.
- » Fortalecer la cultura de la información.
- » Conocer la gestión de nuestra entidad.
- » Garantizar coherencia en la imagen y mensajes institucionales.



4

IDENTIDAD INSTITUCIONAL

4.1 Identidad institucional



CONTRALORÍA
DE BOGOTÁ, D.C.

La Identidad Institucional se constituye en un elemento de consulta indispensable en el desarrollo de trabajos oficiales, pues unifica criterios gráficos para generar reconocimiento de la marca Contraloría de Bogotá, D.C. en los diferentes escenarios donde se haga presencia.

En su libro "Comunicación Corporativa", Cees Van Riel, especialista en comunicación, define la identidad como un elemento diferenciador de una organización que reúne los símbolos, los comportamientos y la cultura de la misma. En un sentido más específico, y de acuerdo con el experto en diseño Miquel Valls, un Manual de Identidad Institucional integra entre otros aspectos, la marca y sus distintas versiones, su representación cromática, el uso correcto e incorrecto los colores primarios y secundarios que se pueden manejar.

La idea es ilustrar gráficamente la manera correcta de utilizar todos los elementos que hacen parte de la identidad del organismo de control,

para posicionarla en los clientes internos y externos. Este manual debe ser consultado por funcionarios, proveedores y demás personas que intervengan en la realización de cualquier elemento de imagen o soporte de comunicación de la Contraloría de Bogotá, D.C.

Es importante aclarar que cualquier producto comunicacional (impresos, publicaciones, folletos, cartillas, videos, etc.) que emita la Contraloría de Bogotá D.C., directamente o por algún proyecto o convenio especial, debe ser aprobado por la Oficina Asesora de Comunicaciones del organismo de control, teniendo en cuenta que esta dependencia debe propender por la adecuada utilización de la imagen corporativa de la Entidad.

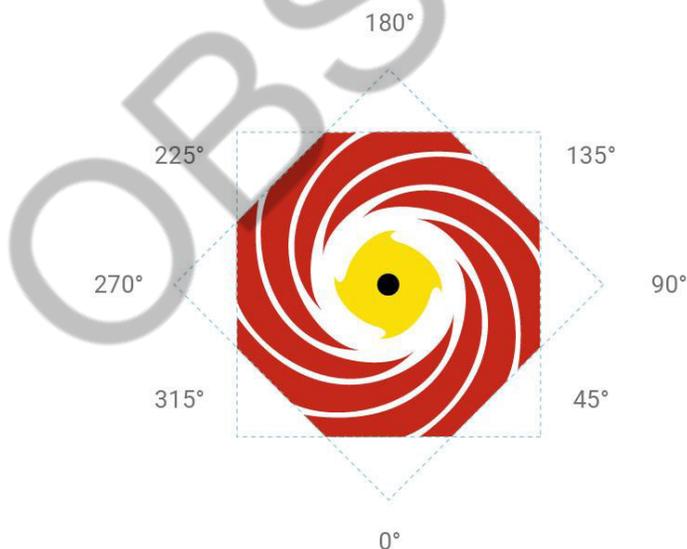


CONTRALORÍA
DE BOGOTÁ, D.C.

4.1.1 Marca

La marca es el principio de la identidad de la Contraloría de Bogotá D.C., Es el elemento principal de su imagen corporativa. La marca es la forma gráfica de combinación del símbolo con el logotipo.

Deberá utilizarse en todas las manifestaciones de la entidad que así lo requieran y no podrá alterarse en ninguna circunstancia.



4.1.2 Símbolo

El símbolo de la Contraloría de Bogotá, D.C., está basado en un círculo formado por diversos elementos simétricos en forma de "C", y representa el alcance del control fiscal en el Distrito Capital. Su forma de sol refleja la misión clarificadora de la entidad.

Enmarcado en un octágono, se encuentra una figura que representa a Colombia en cuyo centro se ubica un diafragma visual (lente u ojo) que encierra, en forma analógica y vigilante, a la capital colombiana.

Los colores principales que lo conforman, es decir, el amarillo (Pantone 109C) y el rojo (Pantone 458C), fueron *inspirados en los colores* de la bandera de Bogotá.



4.1.3 Logotipo



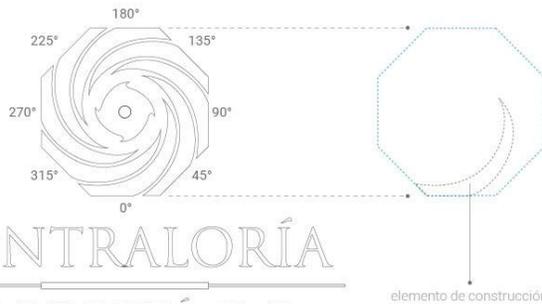
El logotipo está conformado por la palabra CONTRALORÍA, ubicada sobre una línea de contraste rojo y amarillo que a su vez está por encima de las palabras DE BOGOTÁ, D.C., que hacen parte del mismo.

La fuente o tipo de letra oficial que maneja el logotipo es Trajan y su tamaño dependerá de la aplicación que se necesite en cada momento. Su tamaño irá acorde con el tamaño del símbolo.

4.1.4 Construcción



El logotipo de la Contraloría de Bogotá D.C., está construido a partir de una base de 20 x 13 unidades "x", la cual corresponde a una medida de 0,5 x 0,55 centímetros.



CONTRALORÍA
DE BOGOTÁ, D.C.



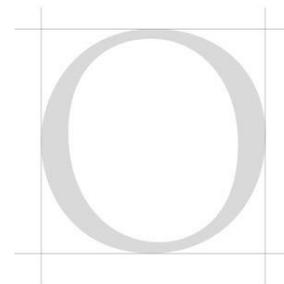
4.1.5 Proporciones

Las proporciones del logo de la Contraloría de Bogotá D.C., se generan a partir de la centralidad de todos los elementos con respecto al punto negro del símbolo. Los componentes se organizan y ubican en función de este principio.

Los elementos en forma de "C" del símbolo se generan de forma armónica girando 45° con relación al octágono externo.



4.1.6 Área segura



La distancia mínima que debe tener el logo con cualquier otro elemento gráfico, es el tamaño de la letra "O" de Bogotá. Ningun elemento puede acercarse o ubicarse a una distancia menor a la determinada por esta proporción.





CONTRALORÍA
DE BOGOTÁ, D.C.

CMYK		C: 0 M: 95 Y: 100 K: 0	RGB		R: 218 G: 41 B: 28	PANTONE		485C	HTML		DA291C
		C: 0 M: 9 Y: 100 K: 0			R: 255 G: 209 B: 0			109C			FFD100
		C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100			R: 39 G: 37 B: 31			PROCESS BLACK			27251F

4.1.7 Colores



Los colores que conforman el logotipo son el rojo, el amarillo y el negro. El logotipo no podrá ser modificado en ninguno de estos colores cuando sea reproducido, las únicas excepciones son las presentadas en este manual y solo se podrán usar cuando el logotipo no pueda ser reproducido en color.

ESCALA DE GRISES

VERSIÓN AZUL



4.1.8 Versiones monocromáticas



CMYK: 100 / 85 / 5 / 36
RGB: 0 / 32 / 91
PANTONE: 281C
HTML: 00205B



CMYK: 0 / 0 / 0 / 100
RGB: 39 / 37 / 31
PANTONE: PROCESS BLACK
HTML: 27251F

Las versiones monocromáticas de la marca están proyectadas para cuando no sea posible la reproducción en color.

Estas opciones cromáticas se manejarán en azul y negro tramados en los porcentajes indicados.



4.1.9 Aplicación blanco o negro



Para esta aplicación, todos los elementos del logotipo se reproducen a una sola tinta (blanco o negro) según la necesidad.



4.1.10 Aplicación sobre fondos

En caso de que se necesite ubicar la marca sobre un fondo oscuro, se mantienen los colores institucionales amarillo y rojo en sus respectivos Pantone o composición CMYK, mientras que la tipografía se invierte.

Cuando se ubique sobre fondos sólidos o fotografías, el logotipo deberá ser usado con una reserva en forma de círculo en blanco, aplicando únicamente la versión aquí expuesta y sólo en casos excepcionales que impidan aplicar las versiones principales de la marca.

IMPRESO



DIGITAL



4.1.11 Tamaño mínimo

En la implementación del logotipo el tamaño mínimo permitido para piezas impresas es de 2 centímetros de ancho.

En piezas digitales el tamaño mínimo permitido es de 80 pixeles de ancho.

CAMBIO DE COLOR



DEFORMACIÓN



CAMBIO DE TIPOGRAFÍA



RECORTE DE ELEMENTOS



4.1.12 Usos incorrectos

Bajo ninguna circunstancia estará permitida la manipulación del logotipo en su forma, color o tipografía.

Aa **Arial**
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Aa **Roboto Thin**
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Aa **Futura Bk BT**
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Aa **Helvetica**
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

Aa **Garamond**
 ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

4.1.13 Tipografías

Teniendo en cuenta que en la Contraloría de Bogotá D.C., se trabaja bajo ambiente Windows, las fuentes a utilizar en los trabajos institucionales internos serán:

Arial: documentos en Word (memorandos, cartas, circulares, etc.) y presentaciones en Power Point.

En materiales impresos, digitales, publicaciones y piezas comunicacionales se recomienda usar las siguientes fuentes:

- » **Roboto Thin**
- » **Futura Bk BT**
- » **Helvetica**
- » **Garamond**

"Una Contraloría aliada con Bogotá"

Roboto Thin Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

"Una Contraloría aliada con Bogotá"

Arial Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
 abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
 0123456789

4.2 Eslogan

El eslogan para el cuatrienio 2016 - 2020 en la Contraloría de Bogotá D.C., es:

"Una Contraloría aliada con Bogotá"

Las tipografías del eslogan son *Roboto Thin Italic* para piezas digitales e impresas y *Arial Italic* para documentos oficiales.

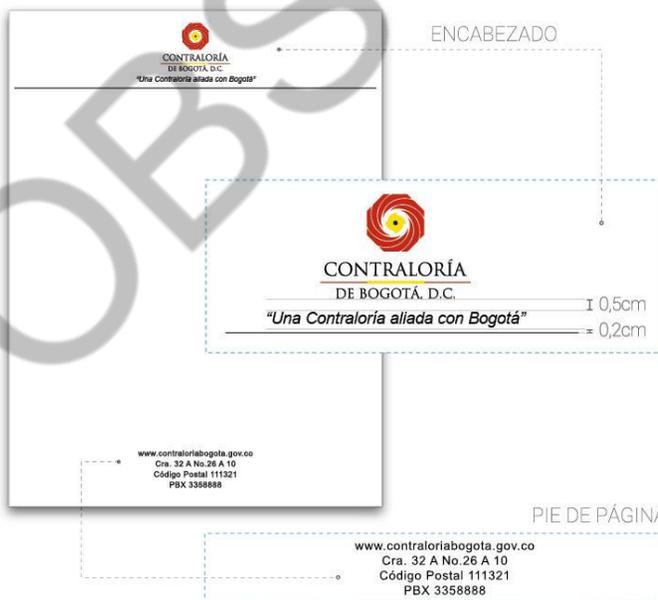
El eslogan institucional será determinado de acuerdo a los lineamientos de cada administración.



Eslogan

4.2.1 PROPORCIONES DEL ESLOGAN

La construcción del eslogan también se basa en el principio de centralidad del logotipo de la Contraloría de Bogotá D.C., y toma como eje el punto del símbolo a partir del cual se fugan unas líneas que se extienden perpendicularmente sobre la línea roja del logotipo. Esta medida es la que determina la distancia máxima sobre la cual se crea el eslogan.



Eslogan

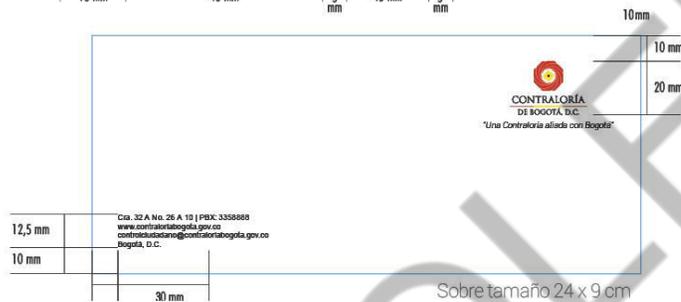
4.2.2 APLICACIÓN DE ESLOGAN EN PLANTILLA OFICIAL

El eslogan *"Una Contraloría aliada con Bogotá"*, debe ser incluido en todas las comunicaciones oficiales internas y externas de la Entidad, debajo del logotipo institucional, centrado, entre comillas, en letra arial, cursiva, tamaño 11 y con una línea negra de 1/4 de punto, que irá de margen a margen.

El pie de página en las comunicaciones oficiales internas y externas, irá centrado, en letra arial, tamaño 11, normal y estará compuesto por la página Web de la Contraloría de Bogotá, D.C., la dirección del edificio donde se localiza la sede central de la Entidad, el código postal y el PBX.



Tarjeta de presentación tamaño 9.0 x 5.5 cm



Papelería

4.3.2 TARJETAS Y SOBRES

Las tarjetas de presentación se limitarán, específicamente, para la alta dirección (Contralor, Contralor Auxiliar, Jefes de Oficina y Directores).

Se deberá tener en cuenta la disposición gráfica de los elementos de la imagen de la Contraloría de Bogotá D.C., en las tarjetas de presentación y en sobres oficiales, que se presenta en este manual.

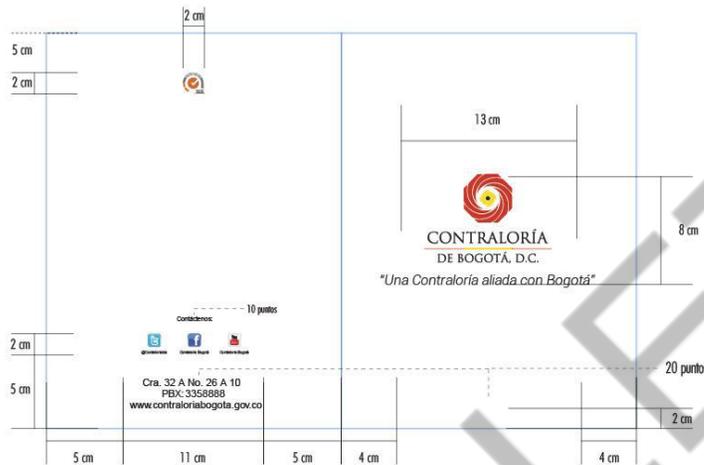


Papelería

4.3.3 ETIQUETAS DE CD O DVD

Las portadas y las etiquetas de los CD o DVD que se requieran en desarrollo de las funciones de las diferentes dependencias de la entidad, tendrán la disposición gráfica que se determina en este manual.

Papelería

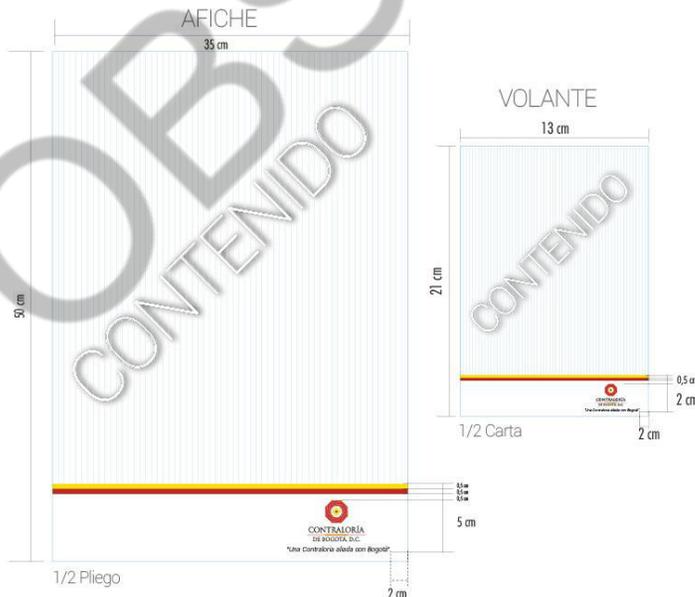


4.3.4 CARPETAS INSTITUCIONALES

Disposición gráfica de la carpeta institucional abierta, tamaño carta:

En la portada irá la marca de la entidad centrada y el eslogan institucional. En la contraportada se incluirán los datos de contacto con la Contraloría de Bogotá D.C., con los logotipos de la certificación de calidad. El fondo de la carpeta será blanco y en el interior se dispondrá un bolsillo que ocupe la parte inferior derecha.

Papelería



4.3.5 AFICHES Y VOLANTES

Para el desarrollo de piezas gráficas como afiches y volantes, se tendrá en cuenta la distribución gráfica presentada en este manual, que incluye elementos como la marca, el eslogan y las franjas de colores.

Tamaños de piezas en formatos medio pliego para el caso de afiches en formato vertical, únicamente. Para volantes media carta en sus dos direcciones, horizontal y vertical.

Afiches: formato medio pliego, vertical.

Volantes: formato media carta, horizontal o vertical.



4.4 Elementos institucionales

4.4.1 BANDERA

La bandera de la Contraloría de Bogotá, D.C. está compuesta por un fondo de color blanco, que representa la transparencia del ejercicio del control fiscal y la lucha contra la corrupción. En el centro, se encuentra ubicado el símbolo y el logotipo de la Entidad y el borde está enmarcado por un cordón entrelazado compuesto por los colores amarillo y rojo, que hacen alusión a los colores de Bogotá, D.C.

La bandera para interior se confeccionará en satén, sus medidas serán de 1.35 cm. de ancho por 1.10 cm. de alto.

Será doble faz y con bolsillo para asta con un dobladillo de más de 10 cm.

para ser atravesado por la lanza de madera, con cordón, base y logo bordado.

La bandera para exterior se confeccionará en material impermeable y sus medidas serán de 2.40 cm. de largo por 1.50 cm. de alto.

La bandera deberá ser izada entre las 6 a.m. y las 6 p.m., en las astas ubicadas a la entrada del edificio principal y presidirá todos los actos oficiales de la Contraloría de Bogotá D.C.

El logotipo deberá ir ubicado, de manera que en el momento de izarla el mismo quede derecho.



Elementos institucionales

4.4.2 PENDONES

Los pendones institucionales deberán diseñarse bajo los siguientes parámetros:

El fondo siempre debe ser blanco y los colores del símbolo y el logotipo de la marca deberán manejarse de acuerdo con los colores institucionales en sus respectivos Pantone o composición CMYK.

Para efectos de ruedas de prensa y entrevistas, se manejará un pendón multilogo (backing), que se repetirá sobre una cuadrícula alineada.

Los pendones institucionales deben incluir el eslogan de cada administración.



Elementos institucionales

4.4.3 UNIFORMES Y OTRAS PRENDAS INSTITUCIONALES

Las prendas institucionales deben tener como lineamiento la inclusión de la marca al lado izquierdo, en la parte superior, conservando los colores oficiales. En caso de plasmarse en una sola tinta, se trabajan de acuerdo con la variación de colores permitida en este manual.

Su tamaño deberá ser proporcional al bolsillo de la prenda.

Elementos institucionales



4.4.4 ESCARAPELAS

La disposición gráfica de los elementos de la imagen de la entidad en las escarapelas que identificarán a los asistentes a los eventos institucionales, será la establecida en este manual.

Elementos institucionales



4.4.5 HABLADORES

Los habladores serán utilizados para la identificación de los integrantes de la mesa principal en los actos protocolarios organizados por la Contraloría de Bogotá D.C.

Serán de un material resistente, intercambiables y preferiblemente en acrílico para su óptima presentación. Llevarán los datos personales del invitado, con su cargo y la empresa o entidad que representa.

Elementos institucionales



4.4.6 CARNÉ

Las especificaciones técnicas para el documento que identifica a los funcionarios y contratistas de la Contraloría de Bogotá D.C., son las que se encuentran en el presente manual.

Por seguridad, todos deberán portar en un lugar visible este documento de identificación.

HIMNO DE LA CONTRALORÍA DE BOGOTÁ

CORO

*Contraloría de Bogotá
vigilante siempre estás
cuidando con tesón e independencia
los recursos de la ciudad
cuidando con tesón e independencia
el patrimonio de Bogotá*

CORO

*Contraloría de Bogotá
vigilante siempre estás
cuidando con tesón e independencia
los recursos de la ciudad
cuidando con tesón e independencia
el patrimonio de Bogotá*

1ª ESTROFA

*Cumplir con la misión es la bandera
hacerte grande es nuestra visión
con imparcialidad y transparencia
firmes valores de la Institución*

2ª ESTROFA

*Con la fuerza de los ciudadanos
observadores el Control Fiscal
forjaremos entre todos mano a mano la
grandeza del Distrito Capital.*

Elementos institucionales

4.4.7 HIMNO

La composición musical que da origen al Himno de la Contraloría de Bogotá D.C., expresa en valores lo que representa el control fiscal en el Distrito. Es por esto, que en cada evento protocolario que realice la entidad dentro y fuera de sus instalaciones, debe presentarse de manera impecable como sus demás emblemas representativos.

El audio y video estarán disponible en formatos de reproducción mp3 y mp4, y se solicitará en la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Contraloría D.C.

Ejemplo 1. Profesional, técnico, secretaria(o) y auxiliar.



Carlos Andrés Pérez Rodríguez
Profesional
Dirección de Movilidad
Contraloría de Bogotá
Cra. 32 A No. 26 A 10 piso 15
PBX: 3358888 ext. 11501
cperez@contraloriabogota.gov.co

Ejemplo 2. Directores y Asesores.



Carlos Andrés Pérez Rodríguez
Director
Dirección de Movilidad
Contraloría de Bogotá
Cra. 32 A No. 26 A 10 piso 15
PBX: 3358888 ext. 11501
cperez@contraloriabogota.gov.co

Ejemplo 3. Subdirectores y Gerentes.



Carlos Andrés Pérez Rodríguez
Subdirector de Gestión Local
Dirección de Movilidad
Contraloría de Bogotá
Cra. 32 A No. 26 A 10 piso 15
PBX: 3358888 ext. 11501
cperez@contraloriabogota.gov.co

La Fotografía que se utilizará en el perfil del correo electrónico institucional, deberá cumplir con las mismas especificaciones de la registrada en el carné. Tipo documento 3x4 cm. Fondo blanco de frente.

4.5 Correos electrónicos

4.5.1 FIRMA DE CORREOS ELECTRÓNICOS

La firma de todo correo electrónico hace parte de la imagen e identidad institucional, por eso deberá escribirse bajo las siguientes indicaciones: Letra Arial, tamaño 10, color negro.

La redacción del correo electrónico debe ser en un lenguaje cortés, directo, amable y sencillo. Para el texto se debe utilizar letra Arial, tamaño 12, color negro.

Las firmas deberían ser como se indican en los ejemplos 1, 2 y 3.

4.6 Audiovisuales



4.6.1 LOGO EN WEB

Quando se realice alguna publicación de la marca en algún medio de la red (Web), deben tenerse en cuenta las proporciones, tamaños y colores para evitar su distorsión.

Para este caso, y como su visualización se realizará en pantalla, la composición cromática o de salida de colores debe ser en RGB, ya sea para productos en la Web o presentaciones que se realizarán en Video Beam u otros dispositivos que manejen tres canales de proyección RED, GREEN, BLUE.

Audiovisuales



4.6.2 VIDEOS, MENSAJES Y OTROS

Los productos audiovisuales como videos, mensajes para radio o cualquier otra pieza que contenga video y/o audio, deberá ser presentada en la Oficina Asesora de Comunicaciones para evaluar su contenido, mensaje y características de divulgación, con el fin de velar por la imagen institucional de la Contraloría de Bogotá D.C.

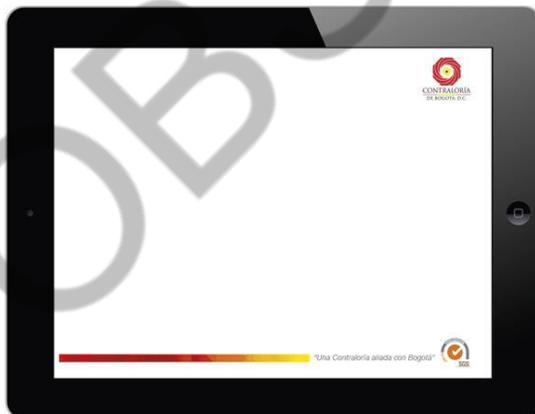


4.7 Presentaciones

4.7.1 PUBLICACIONES

Las publicaciones institucionales en sus contenidos (portada y páginas interiores) deberán diseñarse y editarse de acuerdo con la normativa básica de aplicación de la identidad corporativa. Toda publicación (revistas, folletos, afiches, plegables, cartillas, boletines institucionales, etc.) tendrá que presentarse a la Oficina Asesora de Comunicaciones para su respectiva corrección de estilo y aprobación.

Las imágenes contenidas en estos productos deberán ser seleccionadas con criterios que garanticen calidad, relación con la temática a tratar y enfoque hacia el público objetivo al que se pretende llegar.



Presentaciones

4.7.2 PLANTILLA POWER POINT

Las presentaciones realizadas por cualquier dependencia de la Contraloría de Bogotá D.C., se deberán preparar en la plantilla oficial. La disposición de los elementos gráficos en las plantillas de Power Point será la siguiente:

- » El eslogan ubicado en la parte inferior derecha se cambiará de acuerdo con la directriz de cada administración. Igualmente, la marca de la certificación de calidad se incluirá cuando la misma esté vigente.
- » Tablas, fotografías y demás herramientas gráficas se podrán incluir en la presentación, siempre y cuando en ningún momento queden por encima de los elementos gráficos de la plantilla; ellas deberán quedar siempre encuadradas.
- » Se debe evitar una prolongada sucesión de textos, así como la exposición de una misma imagen varias veces.
- » Los textos deben ser breves, es necesario verificar la ortografía y se utilizará la fuente de letra Arial.
- » La primera diapositiva de la presentación contendrá el título de la presentación, que se escribirá en mayúsculas y negrilla. Más abajo se colocará la dependencia responsable de la presentación, también en mayúscula pero en un puntaje menor.



4.8 Otras aplicaciones

4.8.1 IMAGEN EN VEHÍCULOS

La imagen en vehículos está reglamentada según las normas que implementa la Secretaría Distrital de Ambiente, la cual permite solo la ubicación de avisos en su parte delantera (puertas) y en ambos costados.

Esta debe ser en material adhesivo, ubicada en un recuadro de 40 cm de alto por 50 cm de ancho. Debe ser en material resistente a la intemperie.

La dimensión de la marca debe ser de 35 cm de alto por 25 cm de ancho y debe ir centrada en el recuadro. Puede ubicarse en ambos costados del vehículo.



4.9 Aplicaciones

4.9.1 ARTÍCULOS

Aquí se presentan algunas aplicaciones de la imagen de la entidad sobre diversos artículos, la marca de la Contraloría de Bogotá D.C., se debe presentar de manera proporcional y legible.

En cualquier implementación, se debe contar con la aprobación de la Oficina Asesora de Comunicaciones de la entidad.



Aplicaciones

4.9.2 ESTAND

Para el diseño de estands, se deben utilizar, de acuerdo al espacio, avisos y/o pendones con la marca de la Contraloría de Bogotá D.C., en tamaño proporcional, permitiendo su lectura y sin saturación del ambiente.

Así mismo, si la estructura lo permite, se debe ubicar un aviso frontal independiente, con la marca modificada en sentido horizontal de acuerdo a la normatividad de avisos de este manual.



Aplicaciones

4.9.3 AVISOS PARA EXTERIORES

Para el caso específico de avisos en exteriores, como fachadas o estands, se debe incorporar la manera en su formato horizontal.

Se tendrán en cuenta las siguientes especificaciones:

- » Logotipo solo. Su tamaño deberá ser proporcional al alto del texto.
- » Siempre deberá ir en fondo blanco.
- » El nombre completo de la Contraloría de Bogotá D.C. estará distribuido en dos líneas y sin borde central de dos colores.

5

REDES SOCIALES

5.1 Redes sociales

Teniendo en cuenta que el acceso a la información es un derecho constitucional y un elemento básico que permite reducir los riesgos de corrupción, las redes sociales se convierten en una herramienta fundamental para la Contraloría de Bogotá, en la medida que garantizan a la ciudadanía la interacción constante con temas institucionales y misionales, y apoyan el proceso de confianza y transparencia en la gestión pública.

El Acuerdo 658 de 2016 establece dentro de las funciones de la Oficina Asesora de Comunicaciones la de "Crear espacios de interacción presencial y virtual destinados a aumentar el nivel de satisfacción de las necesidades de información de los usuarios internos y externos, de acuerdo con las políticas de la Contraloría de Bogotá".

En la actualidad, las redes sociales están destinadas a ser el punto de encuentro por excelencia de la mayor parte de ciudadanos

en Colombia y en el mundo. Estas herramientas de comunicación se han convertido en el canal más inmediato para interactuar con la sociedad, y solo se necesita entender la capacidad comunicativa que pueden tener, para encontrar la forma más efectiva de gestionarlas.

Para la Contraloría de Bogotá son de gran utilidad, ya que a través de ellas se genera un espacio de difusión de la gestión institucional, se informa al ciudadano sobre las acciones de control y vigilancia que se están llevando a cabo, se recogen y resuelven inquietudes e, incluso, se reciben denuncias sobre el manejo de los recursos públicos, lo cual contribuye al mejoramiento de la imagen de la entidad y al fortalecimiento del vínculo Contraloría - ciudadano.

Con el uso de las redes sociales, se pretende garantizar a gran parte de los ciudadanos el acceso de manera oportuna a la información

emitida por la Contraloría de Bogotá D.C., en el ejercicio de vigilancia de la gestión fiscal de los recursos públicos y tener una comunicación interactiva en doble flujo.

En Colombia, el Decreto 2573 de 2014 establece la obligación de las entidades de la Administración Pública de implementar la Estrategia de Gobierno en Línea. En su Fase de Democracia determina que "las entidades deben habilitar espacios para la participación haciendo uso de redes sociales o utilizando las herramientas de participación con las que cuenta el Portal del Estado Colombiano".



Redes sociales

La Contraloría de Bogotá D.C., cuenta con sitios oficiales en las redes sociales de Facebook, Twitter, YouTube e Instagram para realizar la divulgación de sus actividades.



» En la red social Twitter, la entidad tiene como única cuenta oficial @ContraloriaBta, donde se publica información de gestión y servicios.



» En Facebook, la Contraloría también hace presencia con su Fan Page oficial: <https://www.facebook.com/contraloria.debogota>



» En YouTube se tiene a disposición del público el canal Contraloría de Bogotá.



» En Instagram, la cuenta oficial es ContraloriaBta.

Ninguna dependencia, funcionario o contratista de la Contraloría de Bogotá D.C., podrá crear nuevas cuentas en Facebook, Twitter, Youtube o cualquier otra red social a nombre de la entidad.

Cualquier cuenta que se quiera abrir para propósitos institucionales de la Contraloría de Bogotá D.C., deberá someterse a estudio por parte de la Oficina Asesora de Comunicaciones, ya que es la dependencia encargada de administrar los contenidos que se publican en cualquier red social oficial.

Los titulares de cuentas en las que estos se identifiquen como colaboradores de la Contraloría de Bogotá D.C., deberán dejar claro que sus comentarios y opiniones no comprometen a la organización. Así mismo, en cuentas

oficiales y personales, las dependencias, funcionarios y contratistas del Ente de Control no podrán revelar información de carácter confidencial.



Redes sociales

5.1.1 PAUTAS DE DISEÑO, CONTENIDO Y CONFIGURACIÓN DE LAS CUENTAS

Los elementos gráficos que hacen parte esencial de las cuentas de las redes sociales de la Contraloría de Bogotá D.C., deben cumplir con los lineamientos de Identidad Institucional, y cualquier cambio o modificación deberá estar avalado por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Los contenidos que se publiquen responderán, únicamente, a la estrategia establecida por dicha Oficina Asesora y serán autorizados por esta.



Redes sociales

5.1.2 ALCANCE

Al ser canales de comunicación interactivos y de libre acceso para la comunidad, el alcance de estas redes de interacción es universal y accesible a todos los ciudadanos.



Redes sociales

5.1.3 INSTANCIAS, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD

JEFE OFICINA DE COMUNICACIONES

Da los lineamientos generales de lo que se quiere comunicar. Establece estrategias y campañas puntuales de acuerdo con los requerimientos del Plan de Comunicaciones de la entidad. Supervisa y controla los mensajes que se difundan a través de las redes sociales.

COORDINADOR DE CANALES DIGITALES

Es el funcionario de la Oficina Asesora de Comunicaciones responsable de presentar los mensajes que se publicarán en las redes sociales, informar acerca de solicitudes que se formulen, mantener actualizadas las cuentas y estar pendiente de manera constante de los mensajes y

menciones en los cuales aparezca la marca Contraloría de Bogotá D.C., y su entorno.

TIEMPOS DE RESPUESTA Y PUBLICACIÓN

El coordinador de los canales digitales definirá el tiempo de publicación de acuerdo con el contexto y necesidades que demande la misma.

RESPONSABILIDAD DEL CONTENIDO RECIBIDO Y ENVIADO

Será responsabilidad del equipo de la Oficina Asesora de Comunicaciones enviar, conseguir o suministrar la información para mantener actualizadas de manera constante las redes sociales.

Será responsabilidad del coordinador de los canales digitales depurar la información y publicarla en los tiempos descritos en el punto anterior.





**#UNA
CONTRALORÍA
ALIADA CON
BOGOTÁ**

5.2 Marca Digital

5.2.1 JUSTIFICACIÓN

Teniendo en cuenta que el mundo se mueve en torno a las comunidades digitales y el internet, la Oficina Asesora de Comunicaciones en coordinación con la alta dirección, diseñó y construyó una nueva imagen para todos sus activos digitales (Twitter, Facebook, Instagram y Youtube) con el fin de posicionar la Contraloría de Bogotá D.C., a través de los mismos.

Esta es la imagen que se moverá en torno a las redes sociales, con la cual se busca posicionar el organismo de control fiscal y el quehacer institucional, acompañada del eslogan respectivo a cada administración.



Marca Digital

5.2.2 CONSTRUCCIÓN

La marca está construida a partir de una base de 20 x 17 unidades "x", la cual corresponde a una medida de 0,5 x 0,55 centímetros.

El elemento que siempre se usará y se estandarizará será el del recuadro rojo con la esquina superior izquierda redondeada y sobre este elemento se construirá el eslogan de la administración respectiva que en este caso es "Una Contraloría aliada con Bogotá D.C."

Marca Digital



#UNA
CONTRALORÍA
ALIADA CON
BOGOTÁ

Futura Std Medium

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

5.2.3 TIPOGRAFÍA

La fuente o tipo de letra oficial que maneja la marca es Futura Std Medium y su tamaño dependerá de la aplicación y diseño que se requiera con respecto al eslogan de cada administración.

Marca Digital



■ CMYK [C:0, M:100, Y:100, K:0] / RGB [R:227, G:6, B:19] / HEX [E30613]
 ■ CMYK [C:0, M:19, Y:93, K:0] / RGB [R:255, G:207, B:2] / HEX [FFCF02]
 ■ CMYK [C:0, M:19, Y:93, K:0] / RGB [R:255, G:207, B:2] / HEX [FFCF02]
 ■ CMYK [C:15, M:100, Y:90, K:10] / RGB [R:190, G:22, B:34] / HEX [BE1622]
 ■ CMYK [C:0, M:0, Y:0, K:100] / RGB [R:29, G:29, B:27] / HEX [1D1D1B]

5.2.4 COLORES

Los colores que conforman la marca digital son: rojo, amarillo, blanco y negro.

La marca no deberá ser modificada en este concepto cromático, pues se pretende generar una identificación y posicionamiento a partir de un código de color relativo a la ciudad de Bogotá.

Marca Digital

**#UNA
CONTRALORÍA
ALIADA CON
BOGOTÁ**

- NEGRO 70%
- NEGRO 100%

**#UNA
CONTRALORÍA
ALIADA CON
BOGOTÁ**

- NEGRO 80%
- NEGRO 30%

5.2.5 APLICACIÓN EN BLANCO Y NEGRO

Para esta aplicación, todos los elementos de la marca digital serán implementados según la guía presentada y de acuerdo a la necesidad específica de uso.

APLICACIONES

Banner



Afiche



Post Twitter



Marca Digital

5.2.6 APLICACIONES

El uso de la marca digital será responsabilidad de cada administración y deberá mantener siempre el recuadro con la esquina superior izquierda redondeada como elemento de posicionamiento.

Su uso será prioritario en mensajes para redes sociales o piezas digitales.

6

EVENTOS Y PROTOCOLO



6.1 Eventos y protocolo

La realización de eventos es una oportunidad para posicionar la imagen de la entidad en escenarios interinstitucionales y participativos, que requiere de una planeación y organización que aseguren el éxito del mismo.

Todos los eventos organizados directamente, por la Contraloría de Bogotá D.C., o aquellos liderados por terceros en los cuales intervenga la entidad, deben contar con el apoyo y coordinación de la Oficina Asesora de Comunicaciones, teniendo en cuenta la función contenida en el Acuerdo 658 de 2016 concerniente a *"Asesorar las áreas relacionadas con la ejecución de eventos en los que se requiera resaltar las acciones e imagen de la Contraloría de Bogotá D.C. y propender por la adecuada utilización de la imagen corporativa de la entidad"*.

Se debe entender por eventos aquellos actos externos e internos (foros, audiencias públicas, talleres, seminarios, encuentros ciudadanos, presentaciones, actos interinstitucionales, entre otros) en los que participen el Contralor de Bogotá y/o el Contralor Auxiliar de Bogotá y directivos de la entidad.

6.2 Organización del evento

6.2.1 PLANIFICACIÓN

» La dependencia que convoca debe solicitar a la alta dirección la aprobación para la realización del evento y confirmar la disponibilidad del Contralor de Bogotá y/o directivos que asistirán.

» Se debe conformar un grupo coordinador del evento en el que participen el Despacho del Contralor Auxiliar, la Dirección de Apoyo al Despacho, la Oficina Asesora de Comunicaciones, la dependencia que convoca y las demás que se consideren necesarias.

» Las reuniones del grupo coordinador deben comenzar mínimo con un mes y medio de anticipación al evento, con el objetivo de establecer responsabilidades en aspectos como:

- Definición de tema central
- Objetivo del evento
- Lugar de realización
- Agenda del evento
- Listado de invitados
- Listado de ponentes
- Tarjetas de invitación
- Bases de datos de invitados y ponentes.
- Entrega de invitaciones
- Confirmación de invitados y ponentes.
- Elementos comunicativos a utilizar (escarapelas, pendones, habladores)
- Material a entregar
- Visita al sitio del evento
- Presentador o maestro de ceremonias
- Personal de apoyo para el día del evento

Las invitaciones deberán enviarse mínimo 15 días hábiles antes del evento.

Las invitaciones a los ponentes deben contener el programa del evento, el tema específico sobre el que deberá exponer y la hora en que está programada la exposición.



Organización del evento

» Si es el caso, la dependencia que convoca deberá remitir a la Oficina Asesora de Comunicaciones con mínimo dos días de anticipación, las palabras o presentación que utilizará el Contralor de Bogotá o representante de la entidad, para adelantar la corrección de estilo y ajustes pertinentes.

» La intervención del Jefe del Organismo de Control o del directivo de la Contraloría de Bogotá D.C., que presidirá el evento, será la primera.

» La Oficina Asesora de Comunicaciones elaborará, con base en la agenda oficial del evento suministrada por la dependencia que convoca al mismo, el guión para el presentador o maestro de ceremonias.

» Si es el caso, la Oficina Asesora de Comunicaciones coordinará el plan de medios para la difusión interna y externa del evento, de acuerdo con la naturaleza del mismo.

6.2.2 EJECUCIÓN

Se deberán tener en cuenta aspectos como:

- Registro de participantes.
- Entrega de material.
- Ubicación de ponentes e invitados.
- Disposición de la mesa principal (mantel, agua, agenda del evento, adornos florales, micrófonos).
- Disposición de banderas y atril.
- Disposición de cámaras de video y fotografías de medios de comunicación invitados.
- Himnos y videos a reproducir.
- Sillas reservadas para invitados especiales.



Organización del evento

- » Se debe velar por la elegancia y sobriedad en la decoración del evento.
- » Se debe contar con funcionarios que apoyen tanto el registro y ubicación de invitados, como los temas técnicos de las presentaciones que se utilizarán. Ellos deben tener actitud de servicio, buena disposición, excelente presentación personal y contar con conocimientos tanto de la Contraloría de Bogotá D.C., como del evento.
- » La mesa principal deberá estar integrada en lo posible por un número impar de personas (máximo 7). El cargo de mayor jerarquía se ubica en el centro, luego a su derecha y luego a su izquierda, sucesivamente.
- » La bandera de la Contraloría de Bogotá D.C. debe estar en todos los eventos institucionales. Si está acompañada de las banderas de Colombia y Bogotá, se ubicará en el centro la de Colombia, a la izquierda de la bandera de Bogotá y a la derecha la de la Contraloría de Bogotá D.C., (desde el punto de vista de los asistentes).
- » Los himnos a utilizar serán en su orden: Colombia, Bogotá y Contraloría de Bogotá D.C.
- » Si es posible, el salón debe quedar decorado el día anterior al evento con rasgos de elegancia y sobriedad.



6.3 Citaciones e invitaciones

Cuando el Contralor de Bogotá sea invitado a un debate en el Congreso de la República o en el Concejo Distrital, o a un evento con entidades públicas como conferencista, la Dirección de Apoyo al Despacho deberá comunicar a la Oficina Asesora de Comunicaciones para el respectivo acompañamiento.



SÍGUENOS EN



@Contraloriabta



Contraloría de Bogotá

7. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	R.R. No. Fecha Día mes año	Descripción de la modificación
1.0	R.R. No. 028 22 octubre 2014	El Manual de Identidad cambia de versión. Se ajustó el formato a la nueva estructura establecida en el Procedimiento para el Control de Documentos del SIG. Se ajustó la estructura del Manual de Identidad Institucional, con el fin de que los funcionarios conozcan de manera general los lineamientos a seguir para el manejo de la comunicación institucional, lo cual permitirá mantener coherencia dentro de los procesos, unificar el lenguaje para nuestros públicos de interés y fortalecer la reputación e imagen institucional.
2.0	R.R. No. 058 30 octubre 2015	Manual de Identidad Institucional cambia de versión de 1.0 a 2.0. Se actualizó e incorporó otros elementos comunicacionales en el Manual de Identidad Institucional lo que permitirá mantener coherencia dentro de los procesos, unificar el lenguaje para nuestros públicos de interés y fortalecer la reputación e imagen institucional. Se ajustó el manual a la nueva estructura definida en el Procedimiento para Mantener la Información Documentada del Sistema Integrado de Gestión – SIG, adoptado mediante Resolución Reglamentaria No. 027 el 25 de agosto de 2017.
3.0	R.R. No. 045 28 diciembre 2017	Manual de Identidad Institucional cambia de versión de 2.0 a 3.0. Se incorporan las modificaciones generadas por los cambios surtidos en las normas ISO 9001:2015, ISO 14001:2015, Decreto 1072 de 2015 y demás normas reglamentarias, Acuerdos 658 de 2016 y 664 de 2017 y a la estructura del nuevo Mapa de Procesos mediante RR No. 30 del 25-09-2017. Se actualizó e incorporó otros elementos comunicacionales en el Manual de Identidad Institucional lo que permitirá mantener coherencia dentro de los procesos, unificar el lenguaje para nuestros públicos de interés y fortalecer la reputación e imagen institucional.
4.0	R.R. No. 035 30 Agosto 2018	