

Responsable del Proceso		Dirección de Planeación	
Aprobación		Revisión Técnica	
Firma:			
Nombre:	Juan David Rodríguez Martínez	Michael Andrés Ruiz Falach	
Cargo:	Director Técnico 009-04	Director Técnico Dirección de Planeación	
Dependencia:	Dirección de Participación Ciudadana y Desarrollo Local	Dirección Técnica de Planeación	
Resolución Reglamentaria N°14 14 de mayo de 2021			

Andrés Castro Franco
Contralor de Bogotá D.C.

Patricia Duque Cruz
Contralora Auxiliar

Michael Andrés Ruiz Falach
Director Técnico de Planeación

Juan David Rodríguez Martínez
Director Participación Ciudadana y
Desarrollo Local

Responsable Proceso Participación
Ciudadana y Comunicación con
partes Interesadas

Bogotá D.C., abril 2021

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ. D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02
		Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05
		Versión: 5.0
		Página 3 de 77

TABLA DE CONTENIDO

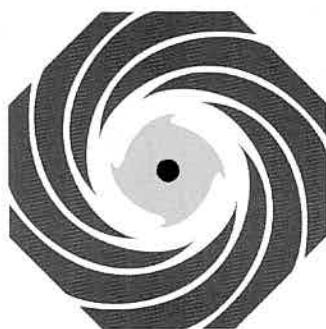
Portada	6
Bandera.....	7
Introducción.....	8
 1 PROTOCOLO DE COMUNICACIONES	 9
1.1 Oficina Asesora de Comunicaciones	10
1.2 Comunicación externa	11
1.2.2 Vocería oficial	12
1.2.2.1 Manejo de la información en momentos de crisis	13
1.3 Comunicación Interna	14
1.3.1 Emisión de mensajes institucionales	15
1.3.2 Medios virtuales	16
1.3.3 Piezas comunicativas	17
 2 IDENTIDAD INSTITUCIONAL	 18
2.1 Identidad Institucional	19
2.1.1 Marca	20
2.1.2 Símbolo	21
2.1.3 Logotipo	22
2.1.3.1 Proporciones	23
2.1.3.2 Área segura	24
2.1.3.3 Colores	25
2.1.3.4 Versiones monocromáticas	26
2.1.3.5 Aplicaciones blanco y negro	27
2.1.3.6 Aplicaciones sobre fondos	28
2.1.3.7 Tamaños mínimos	29
2.1.3.8 Tipografías	30
2.1.3.9 Uso compartido del logo y/o eventos especiales	31
2.2 Eslogan	32
2.2.1 Proporciones del eslogan	33
2.2.2 Aplicación del eslogan en plantilla oficial	34
2.3 Papelería e impresos	35
2.3.1 Papelería interna y externa	35
2.3.2 Tarjetas y sobres	36
2.3.3 Etiquetas de CD o DVD	37
2.3.4 Carpetas institucionales	38

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02 Versión 12.0 Código documento: PPCCPI-05 Versión: 5.0 Página 4 de 77
--	---	---

2.3.5 Afiches y volantes	
2.4 Elementos institucionales	39
2.4.1 Bandera	40
2.4.2 Pendones	41
2.4.3 Uniformes y otras prendas institucionales	42
2.4.4 Escarapelas	43
2.4.5 Habladores	44
2.4.6 Carné	45
2.4.7 Himno	46
2.5 Correos electrónicos	47
2.5.1 Firma de correos electrónicos	47
2.6 Audiovisuales	48
2.6.1 Logo en web	48
2.7 Publicaciones	49
2.7.1 Publicaciones impresas	49
2.7.2 Videos, mensajes y otros	50
2.8 Presentaciones	51
2.8.1 Plantilla Power Point	51
2.9 Otras aplicaciones	52
2.9.1 Imagen en vehículos	52
2.10 Aplicaciones	53
2.10.1 Artículos	53
2.10.2 Estand	54
2.10.3 Avisos para exteriores	55
 3. REDES SOCIALES	 56
3.1 Redes sociales	57
3.1.1. Pautas de diseño, contenido y configuración de las cuentas	60
3.1.2 Alcance	61
3.1.3 Instancias, responsabilidad y autoridad	62
3.2 Marca digital	63
3.2.1 Justificación	63
3.2.2 Construcción	64
3.2.3 Tipografía	65
3.2.4 Colores	66
3.2.5 Aplicación en blanco y negro	67
3.2.6 Ejemplos aplicaciones	68

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ. D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02
		Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05
		Versión: 5.0
		Página 5 de 77

4. EVENTOS Y PROTOCOLO	69
4.1 Eventos y protocolo	70
4.2 Organización y planificación del evento	71
4.3 Citaciones e invitaciones	74
CONTROL DE CAMBIOS	76



CONTRALORÍA

DE BOGOTÁ, D.C.

MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL



CONTRALORÍA
DE BOGOTÁ, D.C.

Manual de Identidad Institucional

Andrés Castro Franco

Contralor de Bogotá, D.C.

Patricia Duque Cruz

Contralora Auxiliar de Bogotá, D.C.

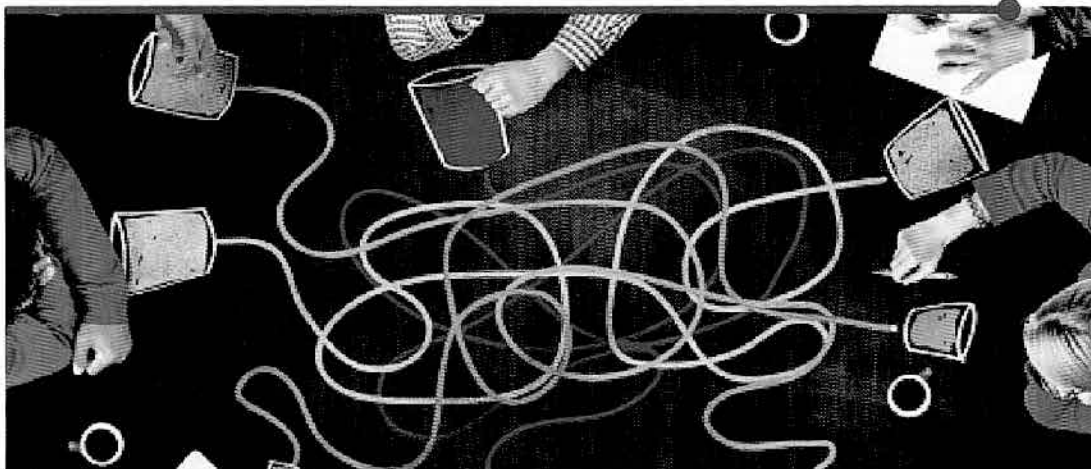
Andrea Linares Gómez

Jefe Oficina Asesora de
Comunicaciones

Elaboración y diseño

Equipo Oficina Asesora de
Comunicaciones
2021

INTRODUCCIÓN



Los procesos de comunicación en las organizaciones exigen protocolos que orienten las acciones a seguir para el adecuado manejo de la información e imagen institucionales.

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, 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 al buen posicionamiento de la imagen corporativa, sino al fortalecimiento de la cultura organizacional.

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



PROTOCOLO DE
COMUNICACIONES



1.1 OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES



El Acuerdo 658 de 2016 señala que la Contraloría de Bogotá 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.

Frente a la opinión pública, la Contraloría trabaja para ser reconocida como una entidad confiable que vigila el manejo de los recursos públicos del Distrito Capital. En

este escenario, y en aras de velar por la reputación institucional construida durante más de nueve décadas, la entidad cuenta, 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 periodo administrativo.

1.2 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 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 que se entrega a los periodistas que cubren 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 Bogotá.

1.2.2 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, la vocería oficial corresponde al Contralor de la ciudad. Solamente en casos especiales, podrá ser delegada al Contralor Auxiliar.

1.2.2.1 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 o del Contralor, como su representante legal, así como el cumplimiento de las actividades institucionales.

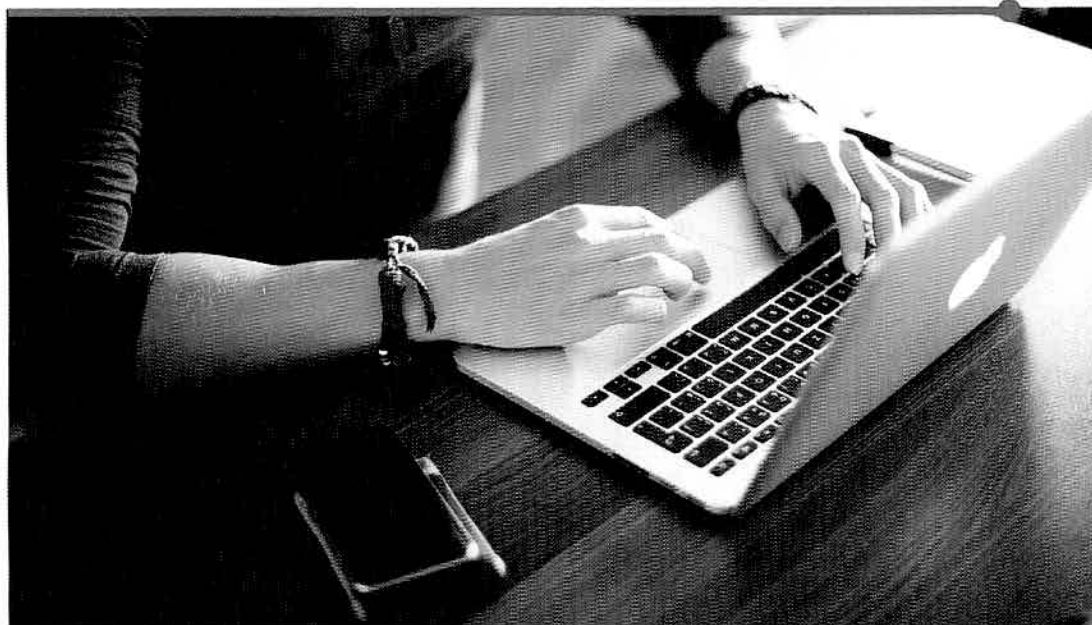
Las crisis se pueden presentar a nivel externo o interno. Para afrontarlas es necesario analizar los acontecimientos, su alcance y posibles acciones.

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.

1.3 COMUNICACIÓN INTERNA



Para posicionar la imagen de la Contraloría de Bogotá se debe comenzar desde adentro, utilizando un lenguaje común que, además de promover un mismo enfoque institucional, fortalezca 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 con el 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: correo institucional, intranet, carteleros, pantallas informativas, redes sociales y página web.

1.3.1 EMISIÓN DE MENSAJES INSTITUCIONALES



La Oficina Asesora de Comunicaciones es la encargada de coordinar y emitir, por medio de 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@contrabriabogota.gov.co

la información que desean difundir entre los funcionarios, previa aprobación por parte del jefe de la respectiva dependencia que genera el requerimiento. Adicionalmente, el (la) jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones podrá realizar los cambios que considere pertinentes a la información que se divulgará, en aras de que genere una comunicación clara y concisa.

1.3.2 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, debe dirigirse por medio del dominio:

@contraloriabogota.gov.co y contener únicamente información oficial. Es importante que los mensajes emitidos tengan buena ortografía, una redacción cortés, clara y bien estructurada e incluir la firma electrónica institucional (ver página 47 del presente manual), con el fin de preservar la identidad digital de la Contraloría de Bogotá.



1.3.3 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, 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 los mensajes institucionales.





IDENTIDAD
INSTITUCIONAL

2.1 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 la entidad haga presencia.

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 entre los clientes internos y externos. Este manual debe ser consultado por funcionarios, proveedores y demás partes interesadas 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, 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.

	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02 Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05 Versión: 5.0
		Página 20 de 77

2.1.1 MARCA

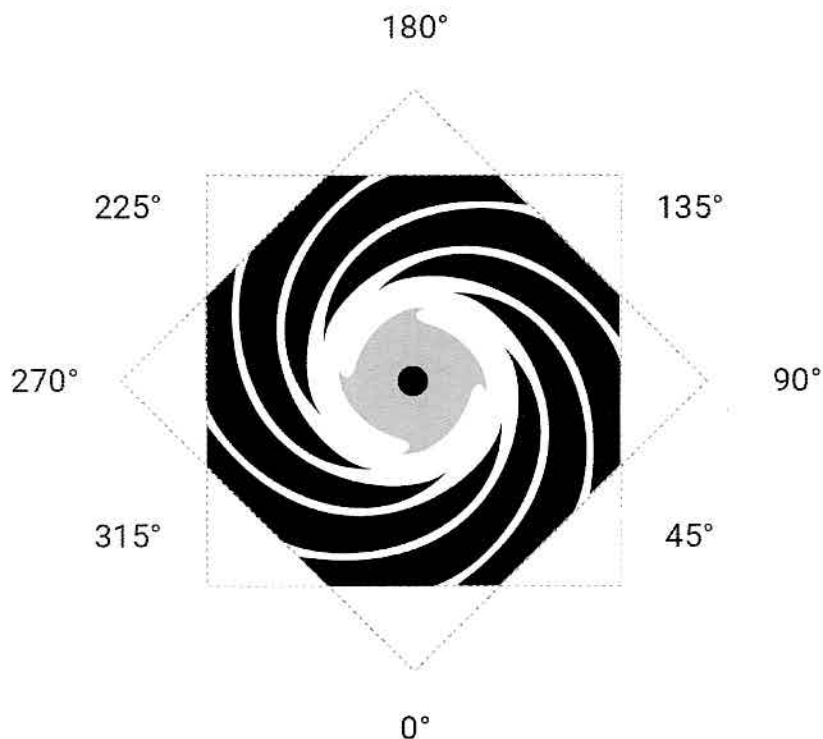


CONTRALORÍA
DE BOGOTÁ, D.C.

La marca es el principio de la identidad de la Contraloría de Bogotá. 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.

2.1.2 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.

	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02 Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05 Versión: 5.0
		Página 22 de 77

2.1.3 LOGOTIPO



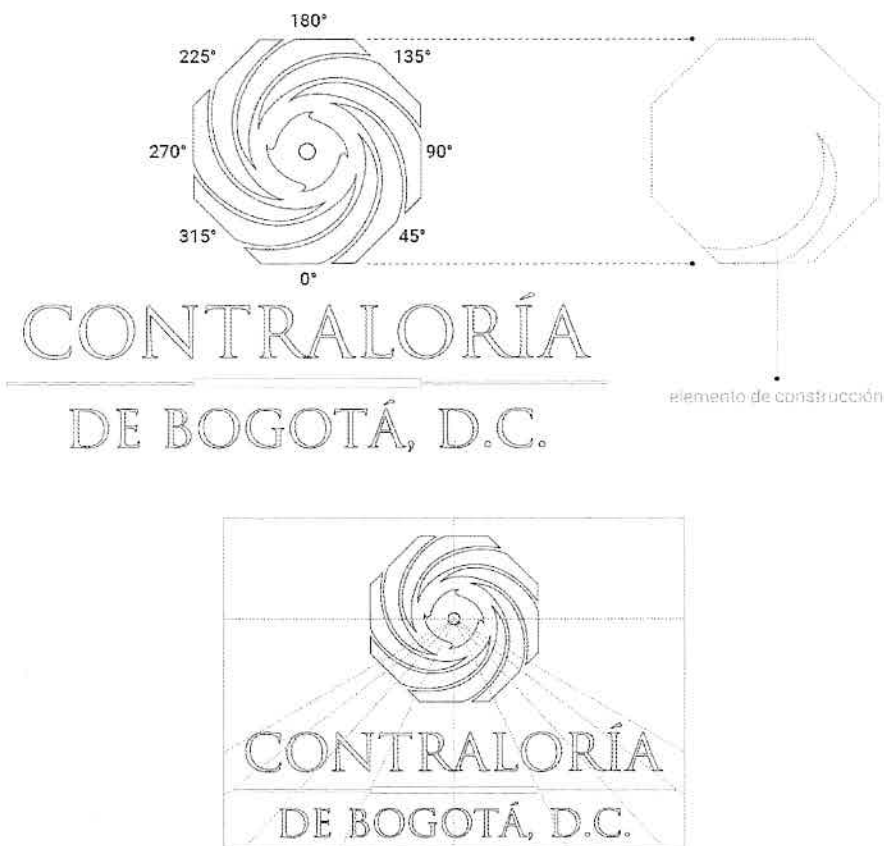
El logotipo está conformado por la palabra CONTRALORÍA, ubicada sobre una línea de contraste rojo y amarillo que a su vez está por encima de las palabras DE BOGOTÁ, D.C., que hacen parte del mismo.

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.

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



2.1.3.1 PROPORCIONES

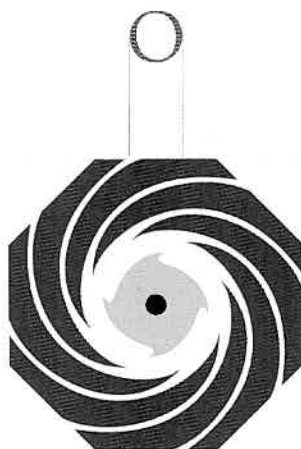


Las proporciones del logo de la Contraloría de Bogotá se generan a partir de la centralidad de todos los elementos con respecto al punto negro del símbolo. Los componentes se organizan y ubican en función de este principio.

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

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02 Versión 12.0 Código documento: PPCCPI-05 Versión: 5.0 Página 24 de 77
---	---	--

2.1.3.2 ÁREA SEGURA



CONTRALORÍA

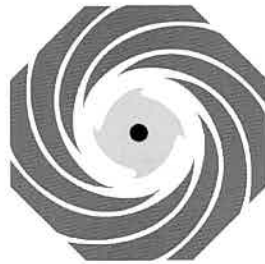
DE BOGOTÁ, D.C.

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



COPIA CONTROLADA

2.1.3.3 COLORES



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

Los colores que conforman el logo-símbolo 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.



 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02
		Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05
		Versión: 5.0
		Página 26 de 77

2.1.3.4 VERSIONES MONOCROMÁTICAS

ESCALA DE GRISES



· 70%

· 40%

CONTRALORÍA
DE BOGOTÁ, D.C.

· 70%

VERSIÓN AZUL



· 80%

· 40%

CONTRALORÍA
DE BOGOTÁ, D.C.

· 80%



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.

2.1.3.5 APLICACIÓN BLANCO O NEGRO



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

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ. D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02
		Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05
		Versión: 5.0
		Página 28 de 77

2.1.3.6 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.

2.1.3.7 TAMAÑOS MÍNIMOS

IMPRESO



DIGITAL



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.

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



2.1.3.8 TIPOGRAFÍAS

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

Teniendo en cuenta que en la Contraloría de Bogotá 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

2.1.3.9 USO COMPARTIDO DEL LOGO Y/O EVENTOS ESPECIALES

USO COMPARTIDO



APLICACIONES

ANIVERSARIO



Para la disposición del logotipo de la Contraloría de Bogotá en actividades especiales realizadas en conjunto con otras entidades, que exijan su uso compartido, se tendrán en cuenta los modelos incluidos en esta sección. Igualmente, cuando el logotipo varíe para aniversarios especiales, deberá utilizarse en el mismo punto del logotipo normal; esta modificación solo podrá realizarla la Oficina Asesora de Comunicaciones.

2.2 ESLOGAN

“Eslogan de la administración vigente”

Roboto Thin Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

“Eslogan de la administración vigente”

Arial Italic

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
0123456789

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

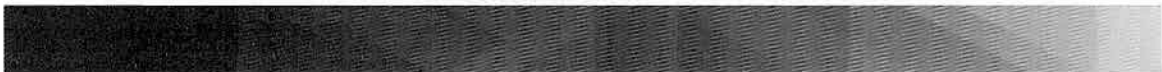
El eslogan institucional será determinado de acuerdo con los lineamientos de cada administración.

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02 Versión 12.0 Código documento: PPCCPI-05 Versión: 5.0 Página 33 de 77
--	---	--

2.2.1 PROPORCIONES DEL ESLOGAN



La construcción del eslogan también se basa en el principio de centralidad del logotipo de la Contraloría de Bogotá, 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.



2.3 PAPELERÍA E IMPRESOS

2.3.1 PAPELERÍA INTERNA Y EXTERNA

INTERNA



CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.
"Órgano de la administración vigente"

PARA: SANDRA MILENA JIMÉNEZ CASTAÑO
Directora Administrativa y Financiera

DE: SUBDIRECTOR DE SERVICIOS GENERALES

ASUNTO: Solicitudes de información

REF: Radicación número 3.2013-08925 de 8 de abril de 2013.

Debido al nivel de importancia de la referencia, se requiere ampliar la información que debe enviar a esta subdirección así:

1. Copia de los inventarios físicos individuales de cada una de las dependencias de las dependencias a revisar;
2. Memoria de las verificaciones de los inventarios de las dependencias a revisar;
3. Consolidado de verificaciones de las dependencias objeto del trámite donde se especifique el listado de los elementos documentales (actas, libros de registro, actas de comité, documentos y respaldos, entre otros) y demás anexos, actualizados con fecha, fecha de emisión, fecha de recepción, lugar de origen, fecha de recepción, entre otros, correspondiente a cada uno de los casos y al.

Cordialmente,

GUSTAVO FRANCISCO SOLORZANO GARCÍA

www.contraloriabogota.gov.co
Cra. 32 A No. 26 A 10
Código Postal 111321
PBX 3358888



CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.
"Órgano de la administración vigente"

EXTERNA

CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.
"Órgano de la administración vigente"

Señores
UNIDAD DE ASIGNACIONES
Fiscalía General de la Nación
Carrera 20 No. 18 - 45, Bogotá A.
Bogotá D.C.

Ref. Fotocopia Expediente 123 de 25 de febrero de 2005

Para lo de su competencia y conforme al artículo 25 del Código de Procedimiento Penal, condecoración en nombre del concepto jurídico del expediente de la referencia, correspondiente a la investigación fiscal adelantada en la Corporación de Transportes Públicos.

La investigación fue adelantada por el abogado Juan Ruiz.

Cordial Saludo

IDOLY SALGADO PÁEZ
Directora de Responsabilidad Fiscal y Jurídica

www.contraloriabogota.gov.co
Cra. 32 A No. 26 A 10
Código Postal 111321
PBX 3358888

Las comunicaciones oficiales internas y externas se elaborarán de acuerdo con lo estipulado en los procedimientos respectivos, teniendo en cuenta que tanto en la redacción como en la elaboración física se velará siempre por la pulcritud y excelente presentación.

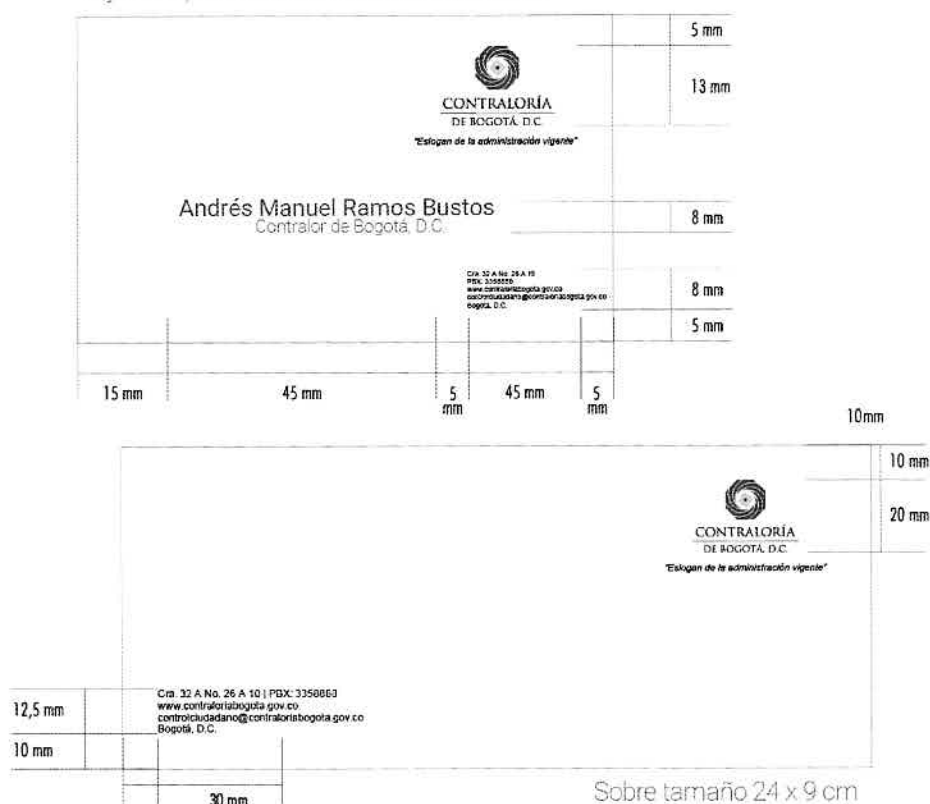
El lenguaje a utilizar será cortés, sencillo y respetuoso y deberá verificarse la ortografía y digitación de los textos.

El membrete que se utilizará en la entidad incluye la marca adoptada en el presente manual.

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ. D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02
		Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05
		Versión: 5.0
		Página 36 de 77

2.3.2 TARJETAS Y SOBRES

Tarjeta de presentación tamaño 9.0 x 5.5 cm



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 en las tarjetas de presentación y en sobres oficiales, que se presenta en este manual.

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02 Versión 12.0 Código documento: PPCCPI-05 Versión: 5.0 Página 37 de 77
--	---	--

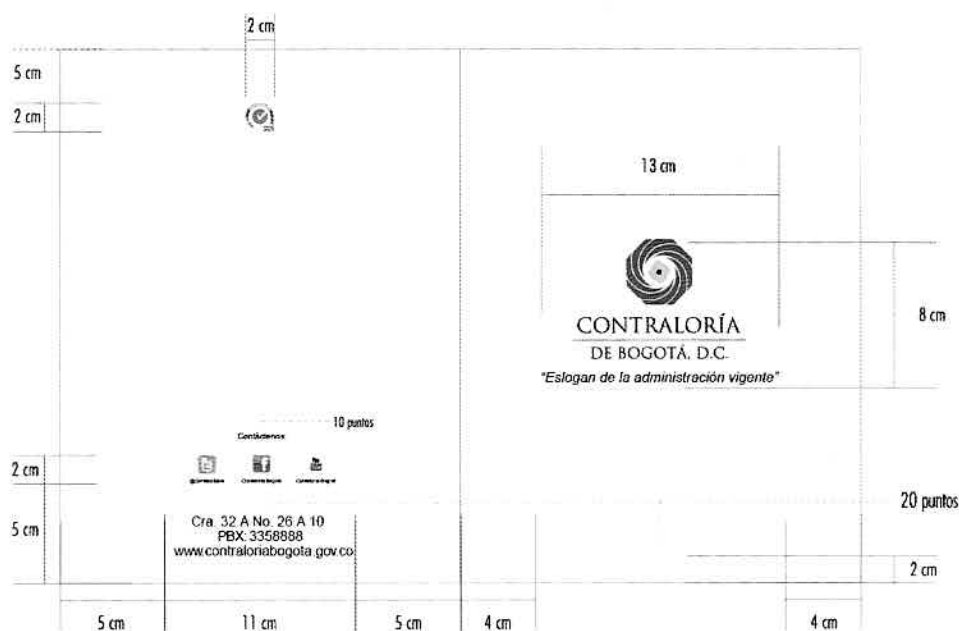
2.3.3 ETIQUETAS DE CD O DVD



Las portadas y las etiquetas de los CDs o DVDs 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.

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ. D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02
		Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05
		Versión: 5.0
		Página 38 de 77

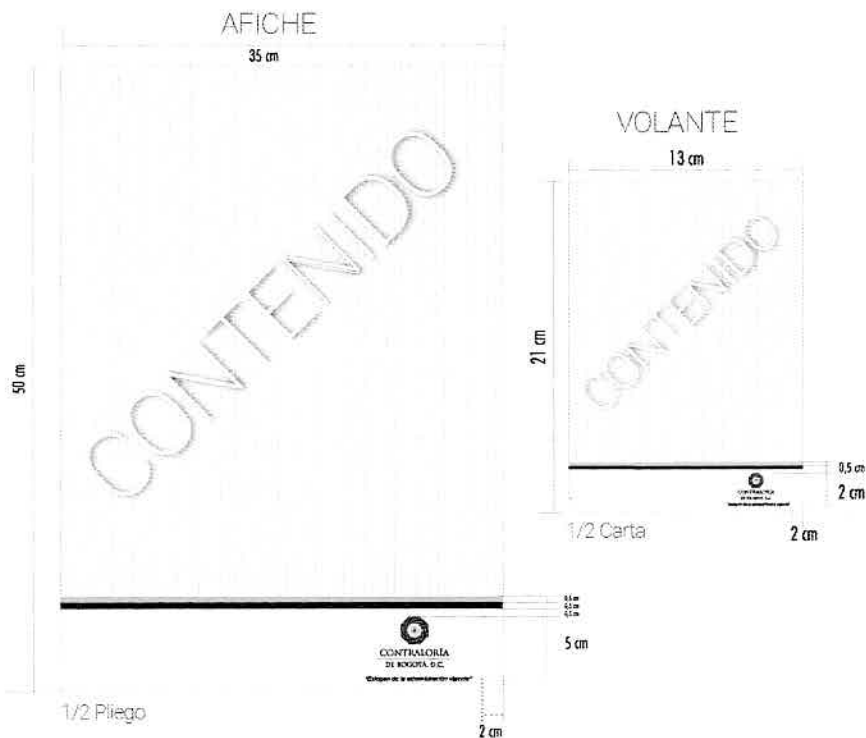
2.3.4 CARPETAS INSTITUCIONALES



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 y el logotipo 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.

2.3.5 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.

2.4 ELEMENTOS INSTITUCIONALES

2.4.1 BANDERA



La bandera de la Contraloría de Bogotá, 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.

La bandera para interior se confeccionará en satén; sus medidas serán de 1.50 cm. de ancho por 1.20 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 en 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.

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02
		Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05
		Versión: 5.0
		Página 41 de 77

2.4.2 PENDONES



Los pendones institucionales deberán diseñarse bajo los siguientes parámetros:

Fondo blanco o fondo con imagen nítida y de buena calidad. 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.

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ. D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02
		Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05
		Versión: 5.0
		Página 42 de 77

2.4.3 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.

2.4.4 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.

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02
		Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05
		Versión: 5.0
		Página 44 de 77

2.4.5 HABLADORES



Material acrílico transparente
Diseño intercambiable con soporte

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

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.

2.4.6 CARNÉ



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

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

	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02 Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05 Versión: 5.0
		Página 46 de 77

2.4.7 HIMNO

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.

La composición musical que da origen al Himno de la Contraloría de Bogotá 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 disponibles en formatos de reproducción mp3 y mp4, y se solicitará en la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Contraloría de Bogotá.

2.5 CORREOS ELECTRÓNICOS

2.5.1 FIRMA DE CORREOS ELECTRÓNICOS

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.

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 deberán ser como se indican en los ejemplos 1, 2 y 3.

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02
		Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05
		Versión: 5.0
		Página 48 de 77

2.6 AUDIOVISUALES

2.6.1 LOGO EN WEB

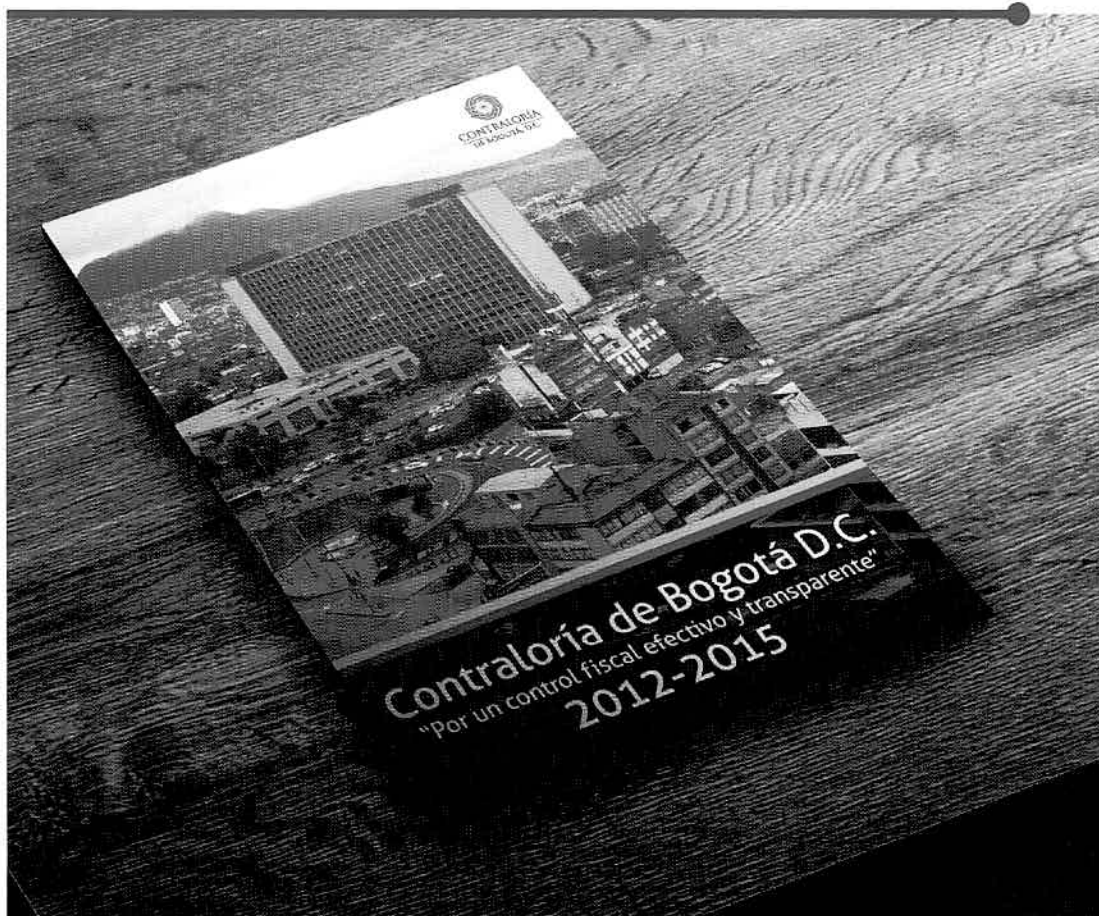


Cuando se realice alguna publicación de la marca en algún medio de la red (Web), deben tenerse en cuenta las proporciones, tamaños y colores para evitar su distorsión.

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.

2.7 PUBLICACIONES

2.7.1 PUBLICACIONES IMPRESAS



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.

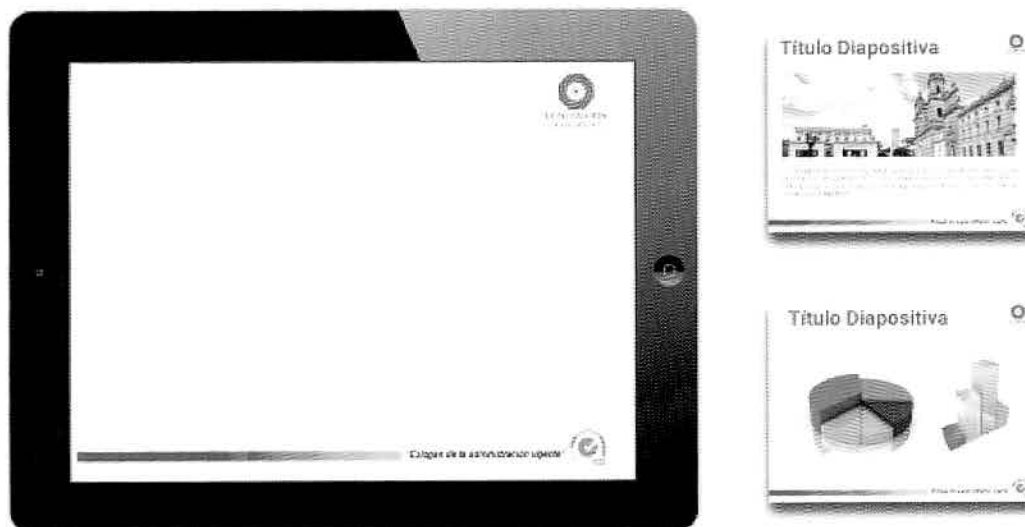
2.7.2 VIDEOS, MENSAJES Y OTROS



Los productos audiovisuales como videos, mensajes para radio o cualquier otra pieza que contenga video y/o audio deberán ser presentados a 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.

2.8 PRESENTACIONES

2.8.1 PLANTILLA POWER POINT



Las presentaciones realizadas por cualquier dependencia de la Contraloría de Bogotá 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; 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 y concisos; es necesario verificar la ortografía y se utilizará la fuente de letra Arial.

» La primera diapositiva 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.

2.9 OTRAS APLICACIONES

2.9.1 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.

2.10 APLICACIONES

2.10.1 ARTÍCULOS

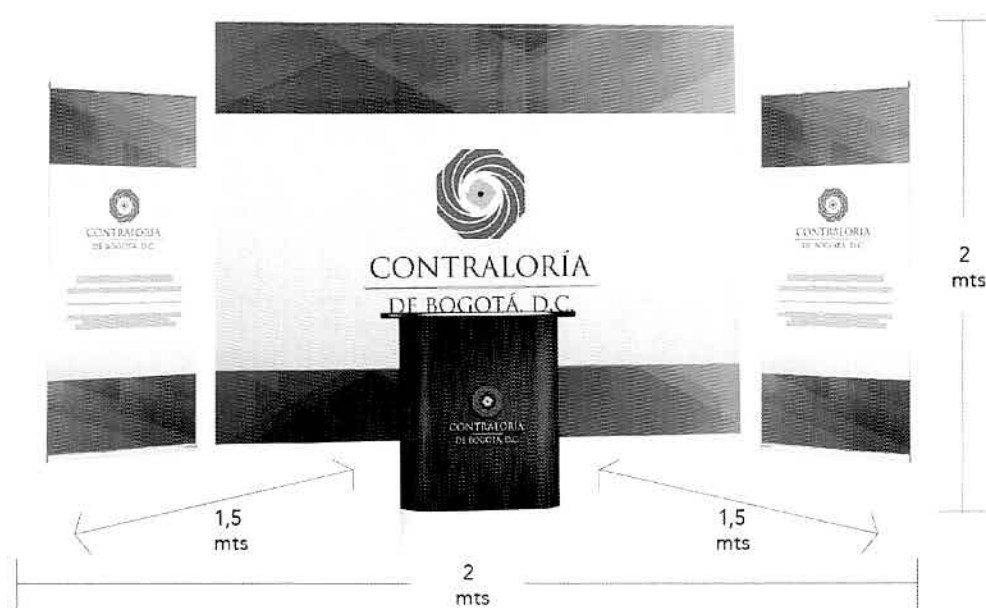


Aquí se presentan algunas aplicaciones de la imagen de la entidad sobre diversos artículos. La marca de la Contraloría se debe presentar de manera proporcional y legible.

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

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02
		Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05
		Versión: 5.0
		Página 54 de 77

2.10.2 ESTAND



Para el diseño de stands, se deben utilizar, de acuerdo al espacio, avisos y/o pendones con la marca de la Contraloría 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.

2.10.3 AVISOS PARA EXTERIORES



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

Se tendrán en cuenta las siguientes especificaciones:

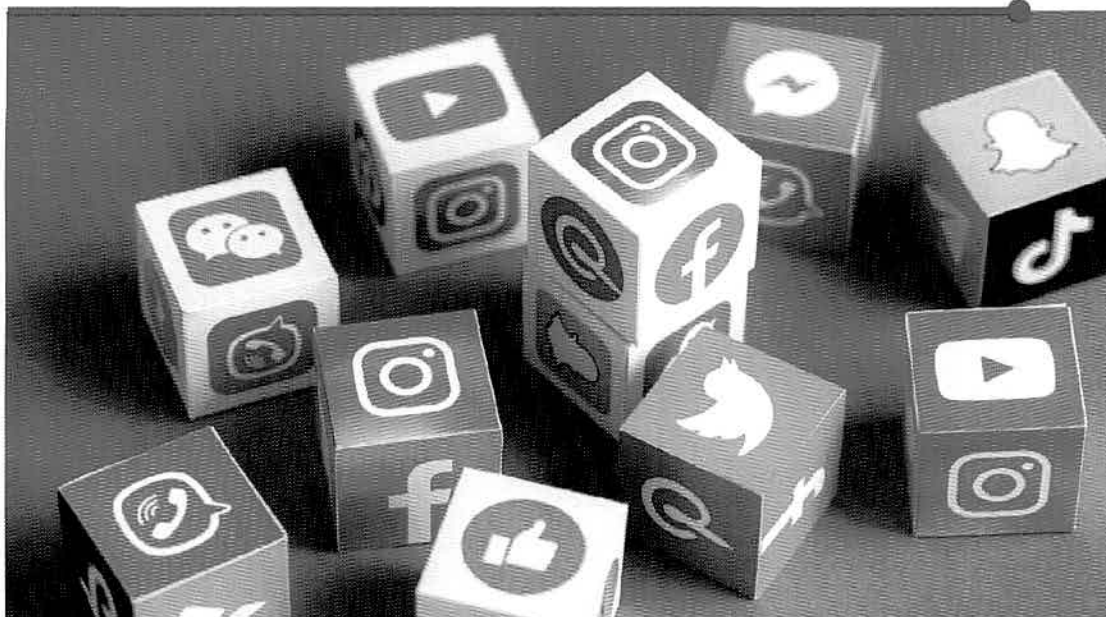
- » Logotipo solo. Su tamaño deberá ser proporcional al alto del texto.
- » Siempre deberá ir en fondo blanco.
- » El nombre completo de la Contraloría de Bogotá, D.C., estará distribuido en dos líneas y sin borde central de dos colores.

3

REDES
SOCIALES

REDES SOCIALES

3.1 REDES SOCIALES



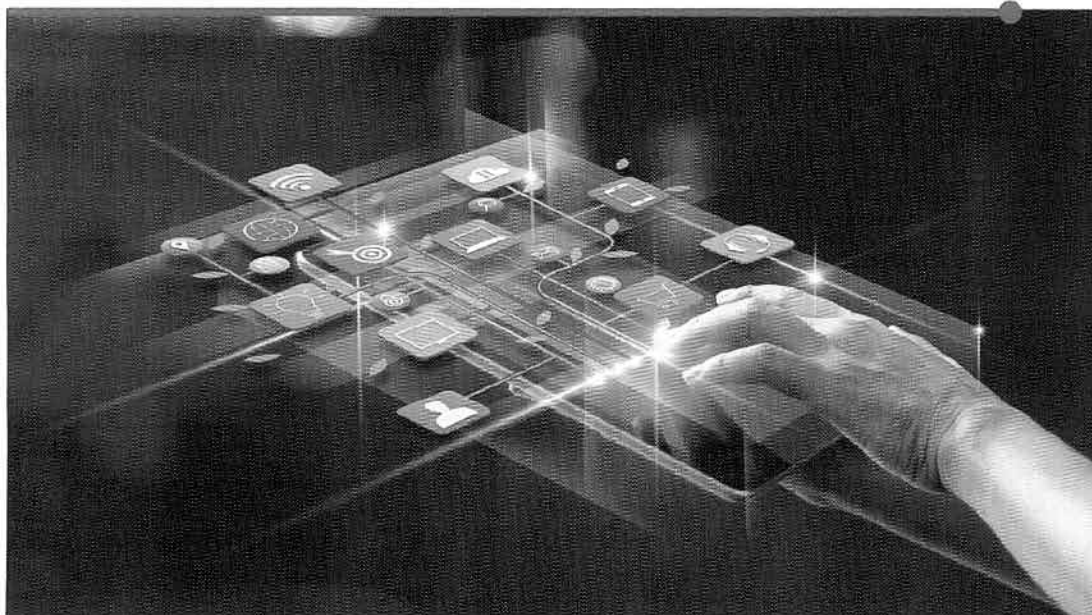
Teniendo en cuenta que el acceso a la información es un derecho constitucional y un elemento básico que permite reducir los riesgos de corrupción, las redes sociales se convierten en una herramienta fundamental para la Contraloría de Bogotá, en la medida que garantizan a la ciudadanía la interacción 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



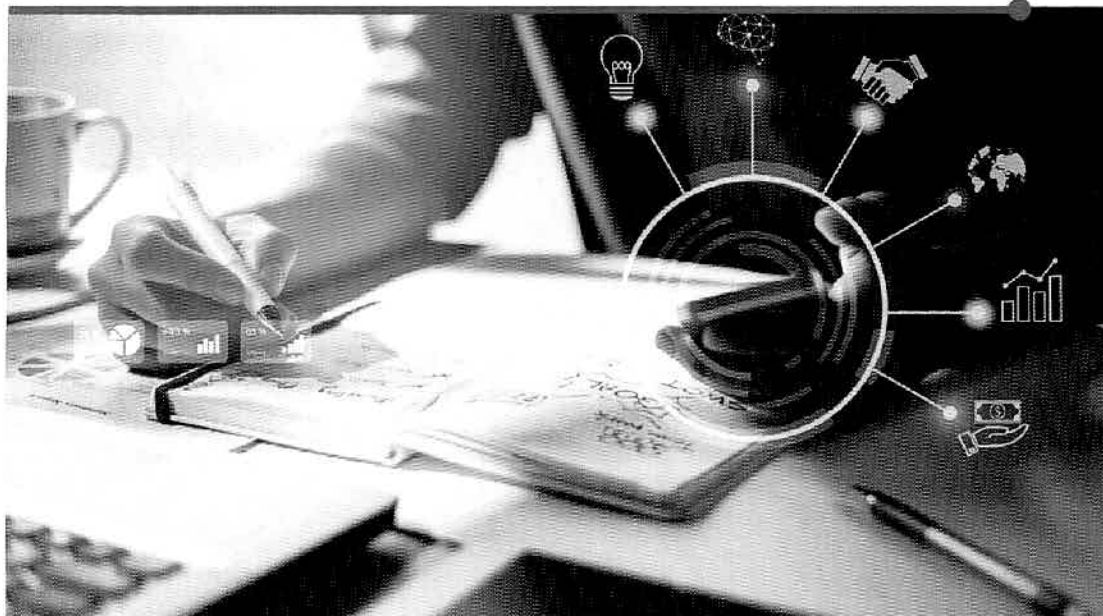
las acciones de control y vigilancia que se están llevando a cabo, se recogen y resuelven inquietudes e, incluso, se reciben denuncias sobre el manejo de los recursos públicos, lo cual contribuye al mejoramiento de la imagen de la entidad y al fortalecimiento del vínculo Contraloría - ciudadano.

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, 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 1151 de 2008 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".

La Contraloría de Bogotá cuenta con sitios oficiales en las redes sociales de Facebook, Twitter, YouTube e Instagram para divulgar 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 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, 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, 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.

3.1.1 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 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.

3.1.2 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.

3.1.3 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 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.

3.2 MARCA DIGITAL

3.2.1 JUSTIFICACIÓN



ESLOGAN
ADMINISTRACIÓN
VIGENTE

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 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 de cada administración.

3.2.2 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 con la esquina superior izquierda redondeada y sobre este elemento se construirá el eslogan de la administración respectiva.

3.2.3 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.

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ. D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02
		Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05
		Versión: 5.0
		Página 66 de 77

3.2.4 COLORES



Los colores que conforman la marca digital son: rojo, amarillo, azul, 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 acorde con los del presente manual de identidad.

3.2.5 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.

	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02 Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05 Versión: 5.0
		Página 68 de 77

3.2.6 EJEMPLOS 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.

4

EVENTOS Y PROTOCOLO

4.1 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 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, presenciales o virtuales, entre otros) en los que participen el Contralor de Bogotá y/o el Contralor Auxiliar de Bogotá y directivos de la entidad.

4.2 ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL EVENTO



» 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:

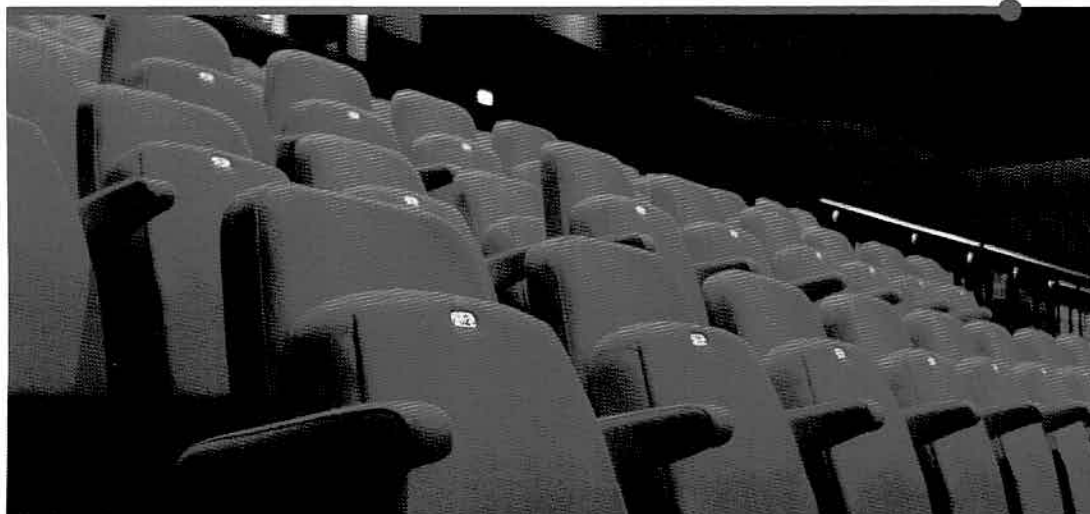
- **Definición del tema central**
- **Objetivo del evento**

-Lugar de realización (cuando sea presencial)

- **Agenda el evento**
- **Listado de invitados**
- **Listado de ponentes**
- **Tarjetas de invitación**
- **Bases de datos de invitados y ponentes**
- **Envío de invitaciones**
- **Confirmación de asistencia**
- **Material a entregar (si es el caso)**
- **Visita al sitio del evento (cuando este sea presencial)**
- **Presentador o maestro de ceremonias**
- **Personal de apoyo para el día del evento (sea presencial o virtual)**

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.



» 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 que presidirá el evento, será la primera.

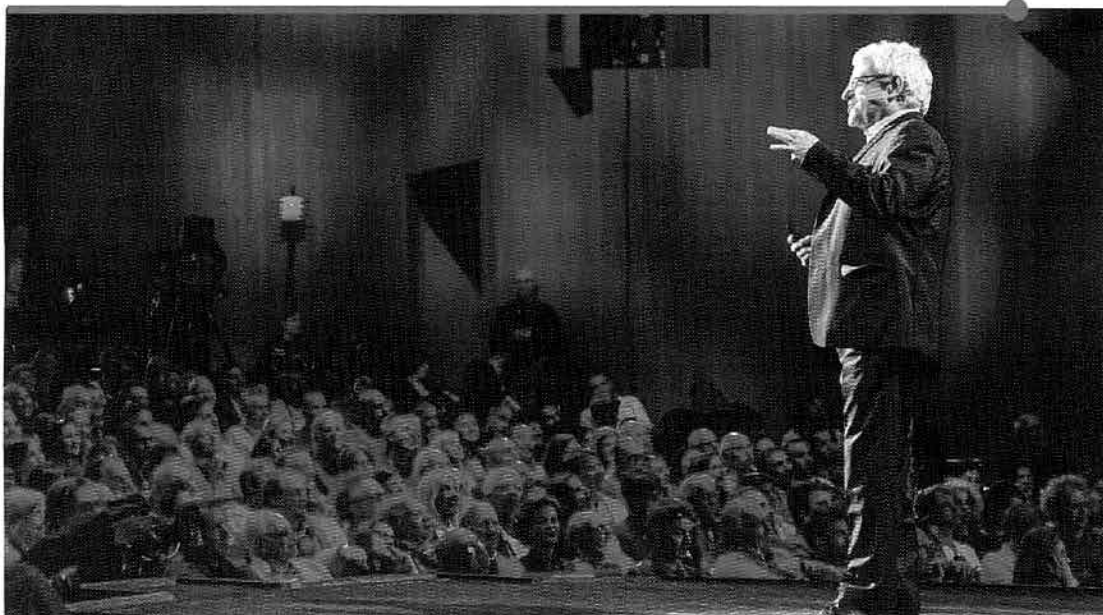
» La Oficina Asesora de Comunicaciones elaborará, con base en la agenda oficial del evento suministrada por la dependencia que convoca al mismo, el guion para el presentador o maestro de ceremonias.

» 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.

Se deberán tener en cuenta aspectos como:

- Registro de participantes**
- Entrega de material (cuando el evento sea presencial)**
- Ubicación de ponentes e invitados (cuando el evento sea presencial)**
- Sillas reservadas para invitados especiales (cuando el evento sea presencial)**
- **Disposición de mesa principal**
- **Disposición de banderas y atril**
- Disposición de cámaras y medios de comunicación (cuando el evento sea presencial)**
- Himnos y videos a reproducir**



» 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 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 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 (desde el punto de vista de los asistentes).

-Cuando se trate de eventos virtuales, deberá utilizarse el backing institucional

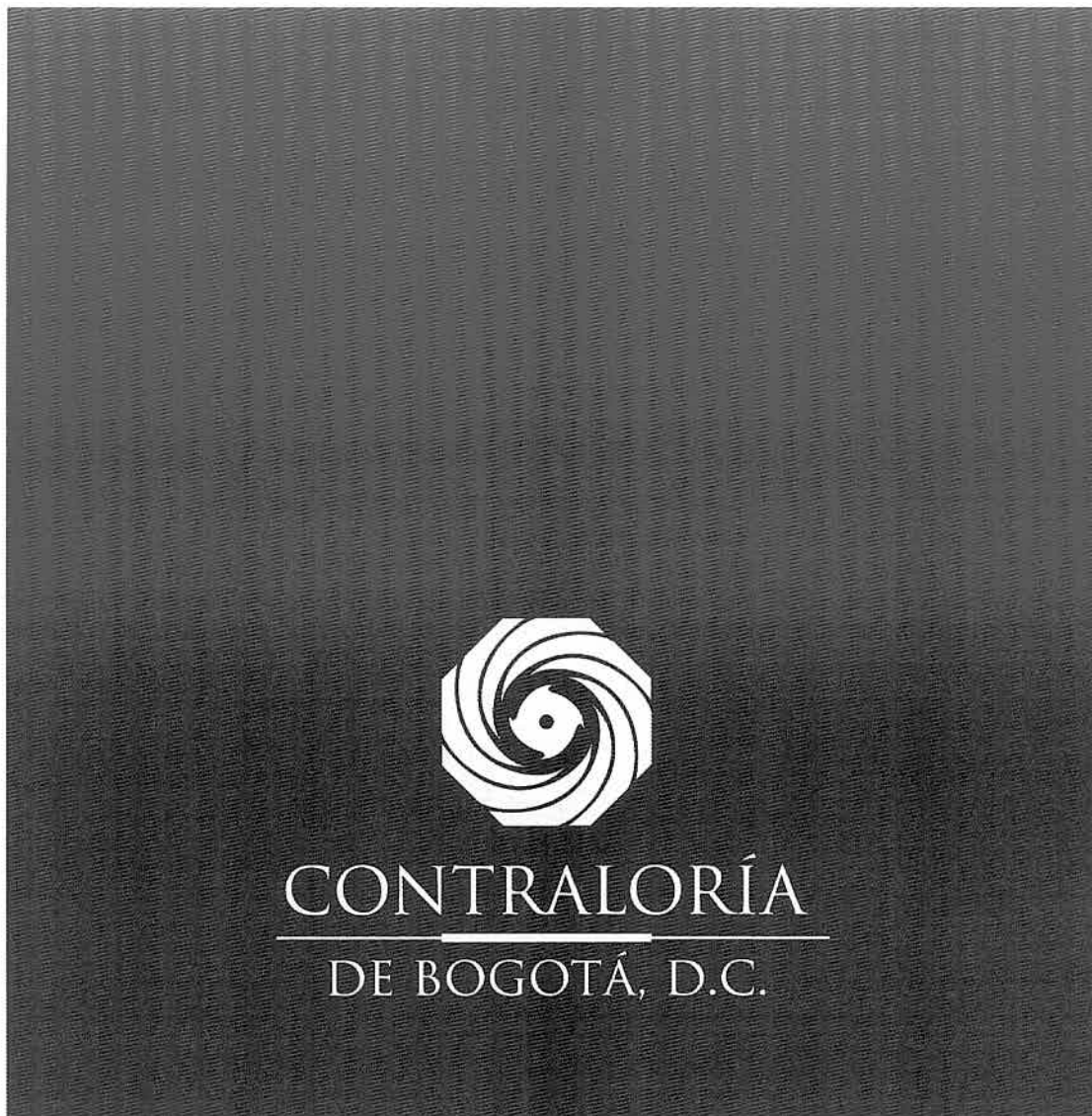
» Los himnos a utilizar serán en su orden: Colombia, Bogotá y Contraloría de Bogotá.

» Si es posible, el salón debe quedar decorado el día anterior al evento con rasgos de elegancia y sobriedad.

4.3 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.



S Í G U E N O S E N



@Contraloriabta



Contraloría de Bogotá

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02
		Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05
		Versión: 5.0
		Página 76 de 77

CONTROL DE CAMBIOS

Versión	R.R. No. Fecha Día mes año	Descripción de la modificación
1.0	R.R. No. 028 22 octubre 2014	Si se requiere ver la trazabilidad de la descripción de los cambios anteriores se recurrirá a ubicar el documento en dicha Resolución.
2.0	R.R. No. 058 30 octubre 2015	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.
3.0	R.R. No. 045 28-dic-17	Manual de Identidad Institucional cambia de versión de 3.0 a 4.0. Se actualizó la redacción y las piezas gráficas que incluían referencias a administraciones anteriores. Se incorporó uso del logo cuando se trabaje en coordinación y/o cooperación con otras entidades. Se ajustó la medida de la bandera institucional. Se incluyó que el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones podrá realizar los cambios pertinentes en las piezas comunicacionales. Se puntualizaron aspectos con relación a los eventos presenciales y virtuales.
4.0	R.R. No. 035 30-ago-18	Manual de Identidad Institucional cambia de versión de 4.0 a 5.0 El cambio de administración trae consigo una nueva propuesta programática, de la cual se desprende el Plan Estratégico Institucional, que se convierte en la carta de navegación para el periodo 2020-2022. Por lo anterior, se hace necesario ajustar los planes y programas para dar cumplimiento a los objetivos y estrategias corporativos planteados, y presentar propuestas de mejora en procesos, procedimientos y documentos del Sistema de Gestión de Calidad. Teniendo en cuenta que nuestro Manual de Identidad Institucional hace parte de los documentos controlados y que es la herramienta que unifica los principales elementos gráficos para el manejo de nuestra marca e imagen corporativa, es necesario ajustarlo e

 CONTRALORÍA DE BOGOTÁ. D.C.	MANUAL DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL	Código formato: PGD-02-02
		Versión 12.0
		Código documento: PPCCPI-05
		Versión: 5.0
		Página 77 de 77

		incorporar en él nuevos elementos, para su mejoramiento continuo.
5.0	RR 014 14 de mayo de 2021	