	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO	E-COE-MA-001
		VERSIÓN	03
	MANUAL OPERATIVO DE COMUNICACIONES	PÁGINA	1 de 13
		VIGENTE DESDE	04/10/2022



MANUAL OPERATIVO DEL PROCESO DE COMUNICACIONES



	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO	E-COE-MA-001
		VERSIÓN	03
	MANUAL OPERATIVO DE COMUNICACIONES	PÁGINA	2 de 13
		VIGENTE DESDE	04/10/2022

TABLA DE CONTENIDO

1. OBJETIVO	3
2. ALCANCE.....	3
3. CONDICIONES GENERALES	3
4. GLOSARIO	5
5. DESCRIPCIÓN O CONTEXTO DEL DOCUMENTO	7
5.1 Proceso de Comunicación Interna	7
5.1.1 Canales de Comunicación Interna:.....	7
5.2 Proceso de Comunicación Externa:	8
5.2.1 Canales de comunicación externa:.....	8
5.2.2 Productos:.....	8
5.3 Proceso para las solicitudes de comunicaciones	9
5.4 Tiempo de respuesta para las solicitudes	9
5.5 Estructura funcional.....	11
6. CONTROL DE CAMBIOS	12
7. REVISIÓN Y APROBACIÓN	13

	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO	E-COE-MA-001
		VERSIÓN	03
	MANUAL OPERATIVO DE COMUNICACIONES	PÁGINA	3 de 13
		VIGENTE DESDE	04/10/2022

1. OBJETIVO


Presentar los lineamientos de comunicación para realizar la divulgación, promoción y difusión interna y externa de los planes, programas, proyectos y la gestión desarrollada por el Instituto Distrital Para la Protección de la Niñez y la Juventud -IDIPRON.

2. ALCANCE

Inicia con la descripción de políticas, planes y directrices en materia de comunicación interna y externa y termina con la gestión de las acciones de cada una de las etapas del proceso de acuerdo con las directrices distritales de comunicación.


3. CONDICIONES GENERALES

- El Área de Comunicación Estratégica debe encargarse de la formulación, desarrollo y seguimiento de la estrategia integral de comunicaciones.
- El Área de Comunicación Estratégica deberá, asesorar a los procesos misionales para realizar la adecuada implementación de los flujos de comunicación tanto en el ámbito interno, como externo.
- El Área de Comunicación Estratégica debe ser la encargada de hacer publicaciones y/o la difusión de la información institucional del IDIPRON, en ningún caso los procesos misionales, estratégicos, de apoyo y de seguimiento y control del instituto pueden publicar y divulgar información bajo su propia decisión y/o determinación.
- Los servidores y/o colaboradores que cumplan con funciones de comunicaciones asociadas a áreas distintas a la de comunicaciones, vinculados a través de, convenios interadministrativos deben aplicar este manual bajo el conocimiento del líder del Área de Comunicación Estratégica.
- Las áreas misionales, estratégicas, de apoyo y de seguimiento y control del IDIPRON deben cumplir con los procedimientos establecidos en el proceso de Comunicación Estratégica, los tiempos, formatos y documentos asociados a él.
- Todo requerimiento o solicitud comunicativa debe ser presentada oficialmente al correo comunicaciones@idipron.gov.co a través del formato Solicitud de Pieza Comunicacional y/o Publicación Portal web E-COM-FT-001 debidamente diligenciado y con sus respectivos adjuntos en archivos editables. (Word, PowerPoint).
- La dependencia o área misional, estratégica, de apoyo, de seguimiento y control del IDIPRON, debe ser responsable de suministrar el insumo al Área de Comunicación Estratégica quien realizará el diseño, producción y/o publicación del producto comunicativo requerido. Así mismo, el área será la

	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO	E-COE-MA-001
		VERSIÓN	03
	MANUAL OPERATIVO DE COMUNICACIONES	PÁGINA	4 de 13
		VIGENTE DESDE	04/10/2022

responsable de hacer el seguimiento a la actualización de la publicación cumpliendo los términos de ley establecidas.


- El Área de Comunicación Estratégica es responsable de la administración de las redes sociales, la página web institucional y de su desarrollo de ingeniería de acuerdo con la política y el plan estratégico de comunicaciones de IDIPRON.
- El monitoreo de los perfiles y páginas de cada una de las redes sociales del Instituto se debe realizar como mínimo cada 15 días.
- Los comunicados de prensa deben cumplir con la información básica que responda a los criterios de una noticia: ¿qué? ¿cuándo? ¿dónde? ¿cómo? y ¿por qué? y solamente el Área de Comunicación Estratégica podrá publicar, divulgar y/o difundir los comunicados de prensa institucionales el IDIPRON.
- La difusión de la información deberá realizarse a través del vocero oficial del IDIPRON, que en este caso es el director, o quien éste delegue bajo la asesoría del Área de Comunicación Estratégica quien propenderá para que la información suministrada esté verificada y sus fuentes de información sean totalmente confiables.
- Para la atención a un medio o la grabación de este en una sede o unidad operativa del instituto se debe comunicar previamente a la Oficina Asesora de Comunicaciones de la entidad para su aval y acompañamiento si este se requiere.
- Para las convocatorias a los eventos, es importante tener en cuenta que, el área de Comunicación Estratégica podrá divulgar la invitación en los canales institucionales cuando este se solicite previamente, y si se requiere, es la encargada de contactar e invitar a los medios de comunicación masiva, sin embargo, la asistencia de la población beneficiaria es responsabilidad de la dependencia o área que invita u organiza la actividad.
- El tono y lenguaje utilizado en las distintas piezas comunicativas y en los mensajes a divulgar deben cumplir con los lineamientos de la Política de Comunicación para lenguaje incluyente y tener en cuenta el enfoque diferencial. La información debe ser oportuna y de calidad a los beneficiarios y ciudadanos, evitando en todo momento los contenidos ofensivos, sexistas, racistas, discriminatorios u obscenos.
- Las piezas impresas de gran formato deben ser aprobadas por la Agencia en Casa de la Secretaría General de la Alcaldía Mayor de Bogotá o quien haga sus veces.
- Para el caso de la edición, impresión y reproducción de piezas de comunicación, tales como avisos, folletos, cuadernillos, entre otros, a dos tintas (en blanco y negro), se deberá enviar en primera instancia a la Imprenta Distrital la necesidad, antes de iniciar cualquier proceso contractual para la ejecución de procesos con objetos que contengan las acciones descritas.

	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO	E-COE-MA-001
		VERSIÓN	03
	MANUAL OPERATIVO DE COMUNICACIONES	PÁGINA	5 de 13
		VIGENTE DESDE	04/10/2022


- El Área de Comunicación Estratégica del IDIPRON deberá recibir, registrar y llevar el control de la distribución de piezas de comunicación o elementos, velando que todas cumplan con el manual de imagen de la Alcaldía Mayor de Bogotá y los lineamientos propios de imagen del IDIPRON.
- Es importante resaltar que para todas las comunicaciones oficiales de la Entidad (internas o externas) deben hacer correcto uso de la Imagen Institucional para lo cual deberán tener en cuenta las indicaciones dadas en el Manual de uso de Marca Ciudad “Bogotá” de la Alcaldía Mayor de Bogotá el cual será suministrado por el Área de Comunicación Estratégica del IDIPRON cuando se requiera.
- El Área de Comunicación Estratégica diseña y ejecuta la estrategia de comunicaciones para planificar, organizar y realizar la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas del IDIPRON.
- El Área de Comunicación Estratégica actualizará de acuerdo con la estrategia aprobada los canales de publicación y divulgación de información necesaria para todo el proceso de Rendición de Cuentas (información institucional, convocatorias y demás que sea necesaria). Así como definirá los mecanismos de consulta y acceso a la información entre los que figura la página web del Instituto mediante el Link de Transparencia y las redes sociales si diera lugar.

4. GLOSARIO

TÉRMINO	DEFINICIÓN
Brief de campaña	Un brief o briefing es un documento en el que se expresan, de manera resumida, detalles sobre una empresa, tema, proyecto o actividad a realizar. Aunque es de uso extendido en el español, la palabra briefing proviene del inglés “brief”, que significa breve, así que podría considerarse como un resumen de carácter informativo. Es un documento informativo conciso, completo y detallado del producto o servicio que da el cliente a la agencia de medios o publicidad.
Campaña:	Conjunto de acciones y productos comunicativos para posicionar un mensaje o que se llevan a cabo con la intención de lograr un objetivo determinado.
Comunicación:	Es el proceso mediante el cual el emisor y el receptor establecen una conexión en un momento y espacio determinados para transmitir, intercambiar o compartir ideas, información o significados que son comprensibles para ambos.
Comunicación Externa:	Comunicación dirigida al público que no trabaja en el IDIPRON, es decir ciudadanía o medios de comunicación en general.
Comunicación Interna:	Proceso que establece los flujos de interacción de mensajes al interior de la entidad.
Canal de comunicación:	Espacio o escenario a través del cual se emite un mensaje y se da la posibilidad de interactuar, estableciendo un contacto directo entre el emisor del mensaje y los receptores del mismo.
Código o Lenguaje:	El código o lenguaje es el conjunto de signos con el que se cuenta para transmitir un mensaje. El código puede ser transmitido verbal o no verbalmente.
Contenidos informativos:	Documentos escritos que tienen como propósito informar sobre la gestión institucional, se usan para apoyar la comunicación en las piezas de

	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO	E-COE-MA-001
		VERSIÓN	03
	MANUAL OPERATIVO DE COMUNICACIONES	PÁGINA	6 de 13
		VIGENTE DESDE	04/10/2022

	comunicación y se redactan de acuerdo con el público a quien es dirigido. Son contenidos informativos los comunicados de prensa, los boletines informativos internos y externos, los textos que componen los mensajes vía correo electrónico y las publicaciones en redes sociales y guiones y libretos para videos.
Convocatoria de medios:	Consiste en citar o llamar a una o más personas (en este caso periodistas) señalándoles el día, hora y lugar para que concurran a un acto o encuentro para que difundan una determinada información.
Emisor:	Es la persona encargada de codificar, generar y transmitir un mensaje de interés a través de diferentes medios y canales. Información: Hace referencia a un conjunto organizado de datos procesados, que constituyen un mensaje que cambia el estado de conocimiento del sujeto o sistema que recibe dicho mensaje
Free Press:	Herramienta efectiva y económica como estrategia de divulgación, en la que la información se estructura en forma de noticia, para publicar a los usuarios y que a través de los medios de comunicación se vuelva noticia y genere interés en el público.
Manual de uso de marca ciudad “Bogotá”	Instrumento guía que unifica y define las normas que se deben seguir para el uso correcto de la imagen institucional del Distrito (Imagen, gráfica, logos, etc)
Medios externos:	Son los medios de comunicación masiva, alternativa, comunitaria y digital.
Medios propios:	Son los medios de comunicación que son de uso libre del Instituto: página web, cuentas en redes sociales (Facebook, Twitter, Instagram y YouTube), correo institucional.
Mensaje:	Información transmitida a través de un canal de comunicación con un sentido definido.
Monitoreo de Medios:	Es conocer qué se habla de la Entidad para tener clara la percepción acerca de la marca, así como las posibles menciones negativas de la misma. Esta actividad permite reaccionar a tiempo, cuantificar el nivel de acogida del free press que genera la empresa, saber qué medios publican, qué con respecto a la empresa, categorizar las menciones en regiones o ciudades, clasificar las menciones como positivas o negativas e incluso si las menciones fueron directas o indirectas.
Piezas de Comunicación:	Objeto que comunica un mensaje con un 80% de recursos gráficos como ilustraciones, fotografías y logos entre otros y 20% de recurso escrito. Pueden ser de carácter digital cuando se usan en página web, redes sociales, mensajes vía correo electrónico. También pueden ser de carácter impreso cuando se usan para entregar al destinatario presencialmente. Son piezas de comunicación: afiches, volantes, plegables, brochure, post y banner, entre otros.
Piezas de Comunicación:	Piezas impresas como volantes, afiches y/o plegables. Piezas de uso digital para página web, redes sociales y/o correo institucional con contenidos escritos, gráficos y/o audiovisuales. Comunicados de prensa. Pronunciamientos oficiales para ser divulgadas por el vocero. Elementos de mercadeo institucional como camisetas, lápices, morrales, tulas, cuadernos, pocillos y similares.
Plan Estratégico de Comunicaciones:	El plan estratégico de comunicaciones es un documento que recoge los objetivos, política, estrategias, recursos y acciones de comunicación a desarrollar en el IDIPRON.

	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO	E-COE-MA-001
		VERSIÓN	03
	MANUAL OPERATIVO DE COMUNICACIONES	PÁGINA	7 de 13
		VIGENTE DESDE	04/10/2022

Proceso:	Conjunto de actividades que se relacionan y producen un resultado determinado.
Pronunciamientos Oficiales:	Son documentos escritos que manifiestan posiciones o informaciones institucionales desde la alta dirección que solo son emitidos por el vocero oficial de la Entidad o a quien él designe.
Receptor:	Es aquella persona que es destinatario y recibe un mensaje de interés.
Relese para uso de imagen:	Es un documento que permite que una persona física (cedente) autorice a un tercero (cualquier persona física o jurídica) o cesionario a utilizar su imagen a título gratuito. La autorización se puede conceder por una duración indefinida o determinada. Asimismo, es posible determinar los usos o fines para los cuales y los medios o soportes a través de los cuales el cesionario podrá utilizar la imagen del cedente.
Rueda de Prensa:	Reunión de una persona con varios periodistas para hacer declaraciones de interés público.
Wallpaper:	Corresponde a las imágenes proyectadas como fondo de escritorio en los computadores de los colaboradores.

5. DESCRIPCIÓN O CONTEXTO DEL DOCUMENTO

El presente documento determina los lineamientos de comunicaciones necesarios para lograr el posicionamiento interno y externo del IDIPRON y la difusión de las acciones que permitan el cumplimiento de los objetivos institucionales.


5.1 Proceso de Comunicación Interna

Facilita la divulgación institucional mediante la elaboración y ejecución de estrategias, campañas, piezas gráficas y contenidos audiovisuales que son difundidos por los canales internos y que promueven el sentido de pertenencia, el bienestar y la participación de los colaboradores.

Es importante tener en cuenta que, para realizar una adecuada implementación de la comunicación interna, todas las entidades que hacen parte de la Administración Distrital deben articularse con la Red de Comunicaciones del Distrito que tiene como propósito la definición, orientación y socialización de estrategias de divulgación de acuerdo con los diferentes ejes del plan de desarrollo distrital.

5.1.1 Canales de Comunicación Interna:

- **Correo electrónico interno:** Herramienta de comunicación que permite la comunicación entre los miembros de un grupo de personas que comparten interés por conocer un tema en común.
- **Intranet:** Sitio web interno, diseñado para ser utilizado dentro de los límites de la Entidad.
- **Circulares internas:** Documento cuya finalidad es informar a los funcionarios de la Entidad sobre un asunto de carácter particular.

	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO	E-COE-MA-001
		VERSIÓN	03
	MANUAL OPERATIVO DE COMUNICACIONES	PÁGINA	8 de 13
		VIGENTE DESDE	04/10/2022

- **Buzón de Sugerencias:** Canal de información que permite a los funcionarios formular sugerencias respecto de los temas que los afectan, además de sugerencias de los procedimientos con el fin de mejorarlos.
- **Carteleras y/o periódico institucional:** Medio de comunicación impreso que permite informar sobre las actividades relevantes de la Entidad. El medio utilizado en el Instituto se llama Callejeando.
- **Boletines informativos:** Publicación que contiene temas de interés para los funcionarios.
- **Comités:** Reuniones compuestas en su mayoría por funcionarios que se encargan de tratar o resolver un asunto particular, de acuerdo con las funciones asignadas.
- **WhatsApp:** App gratuita de mensajería multiplataforma que permite a los usuarios enviar mensajes, entre otros, con solo una conexión wifi.

5.2 Proceso de Comunicación Externa:

Facilita la divulgación de los contenidos elaborados en la entidad y que son de interés general, su objetivo principal es el de potenciar la comunicación con el público externo, los medios de comunicación y los usuarios de plataformas digitales.


Así mismo, la comunicación externa pretende dar a conocer la función, objetivos, estrategias, planes, programas y proyectos, producto de la gestión y logros del instituto, dirigida a los diferentes grupos de interés y opinión pública en general, que permitan el fortalecimiento de la imagen institucional de la Entidad.

5.2.1 Canales de comunicación externa:

- **Redes Sociales:** Difusión de información a través de canales como: Facebook, Instagram, YouTube, y Twitter.
 - **Página web:** Documento ubicado en un sitio en internet que puede ser accedida a través de un navegador web.
 - **Correo electrónico:** Medio a través del cual se divulga la información de interés para los usuarios.
 - **Pantallas:** Canal de comunicación que permite divulgar información de acuerdo a las necesidades de la Entidad.
- Relacionamiento con medios de comunicación:** Se realiza a través del área de comunicaciones y pretende mantener relaciones cordiales, de respeto y de manejo de información hacia los medios.
- **Comunicados de Prensa:** Se trata de una herramienta periodística que se utiliza para divulgar una información a los medios de comunicación.

5.2.2 Productos:

- **Boletines o comunicados de prensa:** Documento escrito con contenido periodístico de interés general.

	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO	E-COE-MA-001
		VERSIÓN	03
	MANUAL OPERATIVO DE COMUNICACIONES	PÁGINA	9 de 13
		VIGENTE DESDE	04/10/2022

- **Vocería en medios de comunicación:** Apariciones ante los medios de comunicación de una o varias personas que comparten información sobre temas de interés general.
- **Piezas gráficas físicas:** Letreros, afiches, folletos, libretas, volantes, tarjetas, floor graphics o adhesivo de piso (vidrieras puertas u otra superficie), rompe tráfico, etc. · Gran formato: vallas, Eucoles, pendones, roll-up, cine, valla-móvil, etc.
- **Piezas gráficas web y digitales:** Diseño del sitio web, de presentaciones, banners, pop up o ventanas emergentes, Newsletter, redes sociales, etc.
- **Piezas audiovisuales:** Jingles, promos y comerciales institucionales, etc.
- **Medios de comunicación:** Prensa escrita (institucional, masiva y especializada), radio, televisión, medios digitales.
- **Ruedas de prensa:** Acompañamiento y gestión de espacios de relacionamiento con los medios externos de comunicación.
- **Comerciales de televisión:** Anuncio realizado a través de televisión.
- **Cuñas de Radio:** Formato de publicidad radiofónica de corta duración que se emite durante la programación de la emisora.
- **Planes de medios:** Acciones comunicativas orientadas a la difusión o promoción de campañas institucionales.
- **Programa de Radio:** Referencia a una serie de emisiones que se transmiten por vía radiofónica con una cierta periodicidad. Estas emisiones están identificadas por un título y comparten ciertas temáticas. En el IDIPRON contamos con los programas DeporVida y Calle Frecuencia.


5.3 Proceso para las solicitudes de comunicaciones

Para realizar la solicitud del diseño de una campaña, publicación o pieza comunicativa el procedimiento inicia con el diligenciamiento del Solicitud de Pieza Comunicacional y/o Publicación Portal web E-COE-FT-001 el cual debe detallar:

- Descripción de la necesidad - ¿qué se quiere comunicar?
- Tipo de solicitud
- Tipo de pieza comunicativa
- Tipo de información a publicar y ruta
- Anexos
- Si requiere inversión señalar proyecto, rubro y presupuesto.

5.4 Tiempo de respuesta para las solicitudes


Los tiempos de elaboración de los productos solicitados, estarán sujetos a la programación de trabajos previamente recibidos. Es importante tener en cuenta que los tiempos de respuesta por cada canal de comunicación entran en vigencia a partir de la entrega correcta de todos los insumos, textos, piezas gráficas, editables y el formato diligenciado de forma correcta.

	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO	E-COE-MA-001
		VERSIÓN	03
	MANUAL OPERATIVO DE COMUNICACIONES	PÁGINA	10 de 13
		VIGENTE DESDE	04/10/2022

A continuación, se detallan los tiempos establecidos para cada una de las solicitudes:

- Audiovisual - Web - Periodistas**

Producto	Anticipación de aviso	Tiempo de entrega
Videos de Animación	Mínimo 1 mes de anticipación. Puede extenderse dependiendo la longitud y complejidad de la animación.	Depende de complejidad y extensión de la animación. Mínimo 5 días hábiles.
Edición de videos	5 días hábiles como mínimo. En el caso de noticias, mínimo 3 días.	Dependiendo de complejidad y extensión del video.
Comerciales y Productos especiales.	Dependiendo de la extensión. Mínimo 1 mes a la fecha de lanzamiento.	2 – 3 semanas.
Grabación de eventos y otros	3 – 5 días hábiles.	3 – 5 días hábiles.
Facebook Live	8 días hábiles Si es transmisión cruzada, se deben aportar los contactos de los encargados de las demás entidades participantes para coordinar.	El día del evento. Al finalizar queda inmediatamente en redes del IDIPRON. Si se requiere en otros espacios, debe solicitarse.
Publicaciones en la Web e Intranet	2 días hábiles a la fecha límite o fecha requerida.	5 días hábiles
Cubrimiento de Eventos	3 – 5 días hábiles. Sujetos a agenda.	N/A
Comunicados y/o convocatoria de medios	2 semanas de anticipación.	5 – 7 días hábiles.

	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO	E-COE-MA-001
		VERSIÓN	03
	MANUAL OPERATIVO DE COMUNICACIONES	PÁGINA	11 de 13
		VIGENTE DESDE	04/10/2022

- **DISEÑO**

Producto	Tiempo de entrega (Días hábiles)
Wallpapers	3 días
GIF	3 días
Pancarta	3 días
Presentaciones	3 días
Logotipos	10 días
Manual de Uso	5 días h
Cartillas	Depende de la cantidad de páginas, mínimo 10 días.

Producto	Tiempo de entrega (Días hábiles)
Afiches	3 días
Volantes	3 días
Pendones	3 días
Plegables	4 días
Folletos	Depende de la cantidad de páginas, mínimo 4 días.
Infografías	Depende de la cantidad de información, mínimo 4 días.


Producto	Tiempo de entrega (Días hábiles)
Libretas	3 días
Escarapelas	3 días
Diplomas	3 días
Habladores	3 días
Señalización	10 días
Banners/ Slide	3 días
Maillings	3 días

5.5 Estructura funcional

El Área de Comunicación Estratégica es un proceso estratégico que se encarga de divulgar y promocionar la gestión del Instituto Distrital para la Protección de la Niñez y la Juventud -IDIPRON- a través del diseño y ejecución de un plan estratégico de comunicaciones que contemple el manejo adecuado de la comunicación interna y externa del instituto, garantice el uso apropiado de la imagen institucional y el cumplimiento de las directrices distritales en materia de comunicaciones, empleando para ello, los canales de comunicación propios del Instituto y los medios de comunicación externa de carácter masivo, alternativo, digital o comunitario para el posicionamiento de la Entidad.

Así mismo, busca garantizar que la información y comunicación se amplíe y profundice tanto a nivel interno como a nivel externo, poniendo en marcha diferentes estrategias que permitan un intercambio efectivo de información con el ciudadano y los distintos grupos de valor.

La comunicación es estratégica y transversal a toda la Entidad por lo cual hace parte del día a día el facilitar la toma de decisiones y la realización de proyectos estratégicos. La gestión de comunicaciones busca garantizar una buena imagen institucional y apalancar el posicionamiento de la Entidad a nivel nacional e internacional, entre sus

	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO	E-COE-MA-001
		VERSIÓN	03
	MANUAL OPERATIVO DE COMUNICACIONES	PÁGINA	12 de 13
		VIGENTE DESDE	04/10/2022

públicos de interés, esto a través de procesos de comunicación efectivos que proyecten y evidencien la gestión del Instituto.

El área de Comunicación Estratégica cuenta con un equipo humano así:

Un (1) Asesor Comunicador social. Líder de la Oficina Asesora de comunicaciones

Cuatro (4) Profesionales comunicadores sociales. Periodistas

Un (1) Profesional comunicador social. Productor de contenidos audiovisuales.

Una (1) Profesional en medios audiovisuales. Página web y redes sociales


Un (1) Ingeniero de sistemas. Desarrollador web.

Dos (2) Profesionales diseñadores gráficos. Diseñadores

Una (1) Técnica en diseño gráfico. Apoyo en diseño y animación

6. CONTROL DE CAMBIOS

VERSIÓN	DESCRIPCIÓN CAMBIOS	FECHA	ELABORÓ
01	Creación de documento	16/08/2018	GERSON RAMIRO CARREÑO TOLOZA Profesional Contratista Comunicaciones
02	Redacción de objetivo, alcance, condiciones generales, glosario, descripción o contexto del documento. Adecuación a la nueva plantilla.	02/08/2022	JENNY FERNANDA MORENO GÓMEZ Contratista del Área de Comunicaciones
03	Se realiza la actualización de las áreas / dependencias y cargos mencionados en el documento con el fin de dar cumplimiento a lo establecido en el Acuerdo “Por el cual se modifica la Estructura Organizacional del INSTITUTO DISTRITAL PARA LA PROTECCIÓN DE LA NIÑEZ Y LA JUVENTUD IDIPRON, se establecen las funciones de sus dependencias y se dictan otras disposiciones” Se realiza el ajuste de la codificación de los formatos y documentos mencionados en el manual, de acuerdo con los ajustes realizados a los códigos de los documentos del Sistema Integrado de Gestión producto del rediseño institucional.	04/10/2022	NICOLLE CATALINA CARDENAS MARTINEZ CONTRATISTA OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN

	COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA	CÓDIGO	E-COE-MA-001
		VERSIÓN	03
	MANUAL OPERATIVO DE COMUNICACIONES	PÁGINA	13 de 13
		VIGENTE DESDE	04/10/2022

VERSIÓN	DESCRIPCIÓN CAMBIOS	FECHA	ELABORÓ
	<p>Se realiza cambio de código del documento del E-COM-MA-001 (código original) al código E-COE-MA-001 (nuevo código)</p> <p>Se realiza cambio del nombre del proceso “Comunicaciones” (Nombre original) al nombre “Comunicación Estratégica” (Nuevo nombre)</p>		

7. REVISIÓN Y APROBACIÓN

	NOMBRE	CARGO	FECHA (DD/MM/AAAA)
REVISÓ	VIVIANA ANDREA SANCHEZ MORALES	PROFESIONAL ESPECIALIZADO CONTRATISTA	04/10/2022
APROBACIÓN LIDER DEL PROCESO	FABIAN ANDRES CORREA ALVAREZ	JEFE DE LA OFICINA ASESORA DE PLANEACIÓN	04/10/2022