

**Aprobado Mediante Resolución Reglamentaria N° 021 del 28 de junio de 2024**

# **Manual de Identidad Visual**

**Contralor de Bogotá, D.C.**

**Julián Mauricio Ruiz Rodríguez**

**Contralor Auxiliar de Bogotá, D.C.**

**Javier Tomás Reyes Bustamante**

**Elaborado por**

**Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones**

**Ómar Alberto Jaimes Rueda**

**Contenido y diseño**

**Oficina Asesora de Comunicaciones**

**2024**

## Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN .....	6
OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES .....	7
COMUNICACIÓN EXTERNA.....	7
VOCERÍA OFICIAL.....	8
MANEJO DE LA INFORMACIÓN EN MOMENTOS DE CRISIS .....	9
COMUNICACIÓN INTERNA .....	9
MENSAJES INSTITUCIONALES.....	10
MEDIOS VIRTUALES.....	10
PIEZAS COMUNICATIVAS.....	11
IDENTIDAD INSTITUCIONAL.....	10
MARCA.....	12
LOGOTIPO.....	12
PROPORCIONES DEL LOGOTIPO .....	15
ÁREA SEGURA.....	16
COLORES.....	17
VERSIONES MONOCROMÁTICAS .....	18
APLICACIÓN BLANCO O NEGRO .....	18
APLICACIÓN SOBRE FONDOS .....	18
TAMAÑOS MÍNIMOS.....	19

TIPOGRAFÍAS .....	20
USO COMPARTIDO DEL LOGOTIPO Y EVENTOS ESPECIALES .....	21
ESLOGAN .....	22
PAPELERÍA E IMPRESOS.....	23
PAPELERÍA INTERNA Y EXTERNA .....	23
TARJETAS Y SOBRES.....	23
CARPETAS INSTITUCIONALES .....	24
AFICHES Y VOLANTES .....	25
ELEMENTOS INSTITUCIONALES .....	25
BANDERA.....	26
PENDONES.....	27
UNIFORMES Y OTRAS PRENDAS INSTITUCIONALES .....	28
ESCARAPELAS .....	28
HABLADORES.....	29
CARNET.....	30
HIMNO.....	29
CORREOS ELECTRÓNICOS.....	31
FIRMA DE CORREOS ELECTRÓNICOS.....	32
FOTOGRAFÍA EN CORREOS.....	33
AUDIOVISUALES.....	32

LOGO EN WEB Y MEDIOS DIGITALES.....	33
VIDEOS, MENSAJES Y OTROS.....	33
PUBLICACIONES.....	34
PRESENTACIONES PLANTILLA POWERPOINT .....	34
OTRAS APLICACIONES .....	35
IMAGEN EN VEHÍCULOS .....	35
ARTÍCULOS POP.....	35
ESTAND.....	36
AVISOS PARA EXTERIORES.....	36
BIENES CONSUMIBLES Y NO CONSUMIBLES.....	37
VOCERIA INSTITUCIONAL .....	37
REDES SOCIALES .....	38
PAUTAS DE DISEÑO, CONTENIDO Y CONFIGURACIÓN DE LAS CUENTAS.....	39
INFORMAR PARA LA COMUNIDAD.....	39
INSTANCIAS, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD .....	38
EVENTOS Y PROTOCOLO .....	41
ORGANIZACIÓN Y PLANIFICACIÓN DEL EVENTO.....	40
CITACIONES E INVITACIONES .....	44
SOCIALIZACIÓN.....	44
CONTROL DE CAMBIOS .....	45



## Manual de Identidad Visual

Código Formato: PGD-02-02  
Versión: 14.0  
Código documento: PPCCPI – 05  
Versión: 8.0

[www.contraloriabogota.gov.co](http://www.contraloriabogota.gov.co)

Carrera 32 A N° 26 A - 10 - Código Postal 111321

PBX: 3358888

Página 5 de 47

COPIA CONTROLADA

## 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 institucional. 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 y partes interesadas.

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 busca fijar las directrices para utilizar los elementos visuales de la marca de la entidad, con el fin de preservar su identidad institucional y contribuir al buen posicionamiento de la imagen corporativa y al fortalecimiento de la cultura organizacional.

El Manual de Identidad Visual permitirá que clientes, partes interesadas y servidores conozcan, de manera general, los lineamientos a seguir respecto al manejo de la comunicación y la imagen institucional, lo cual favorece la coherencia dentro de los procesos, la unificación del lenguaje para los públicos de interés y el fortalecimiento del nombre del ente de control.

## **OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES**

El Acuerdo 658 de 2016<sup>1</sup> 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.

Frente a la opinión pública, la Contraloría de Bogotá, D.C. 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.

## **COMUNICACIÓN EXTERNA**

Conforme al 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

---

<sup>1</sup> Modificado por los Acuerdos 664 de 2017, 881 y 886 de 2023, modificados estos últimos por el Acuerdo 904 de 2023, expedidos por el Concejo de Bogotá D.C.

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:** por medio de ellos (radio, prensa, televisión, portales de internet, páginas web y redes sociales) se divulga el quehacer institucional de cara a la ciudadanía y demás grupos de interés.

**Relaciones públicas:** contacto directo con periodistas de medios de comunicación y grupos de interés con el fin de fortalecer la relación institución-opinión pública-ciudadanía.

**Comunicados y ruedas de prensa:** información que se entrega a los periodistas de los diferentes medios de comunicación sobre las acciones, productos y los resultados de la Contraloría de Bogotá, D.C.

**Eventos:** espacios de debate interinstitucional que generan reflexiones productivas sobre temas de impacto para la capital.

## 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, y cuando así lo considere, podrá delegar esta vocería ante los medios de comunicación a un miembro de su equipo directivo.

## **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., así como el cumplimiento de las actividades institucionales.

El manejo de la crisis dependerá exclusivamente del Contralor de Bogotá, D.C., con el acompañamiento de la Dirección Jurídica -que de manera previa analizará el contexto de su competencia-, la Dirección de Apoyo al Despacho y la Oficina Asesora de Comunicaciones, que orientarán la pertinencia de los pronunciamientos y el manejo ante medios de comunicación.

Podrán hacer parte de este equipo de manejo de crisis otros miembros del grupo directivo que el Contralor de Bogotá, D.C. considere necesarios.

## **COMUNICACIÓN INTERNA**

Para posicionar la imagen de la Contraloría de Bogotá, D.C. 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 el respeto por la diversidad.

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 servidores de la misma e incluyen personal de carrera administrativa, provisionales, de libre nombramiento y remoción, así

 <p>CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.</p>	<b>Manual de Identidad Visual</b>	Código Formato: PGD-02-02 Versión: 14.0 Código documento: PPCCPI – 05 Versión: 8.0
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------

como contratistas. Dentro de los principales canales de comunicación establecidos a nivel interno se encuentran: correo institucional, intranet, boletín interno y pantallas informativas.

## MENSAJES INSTITUCIONALES

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 desean difundir entre los servidores, con la respectiva aprobación del jefe de la dependencia que genera el requerimiento.

Adicionalmente, el jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones podrá sugerir los cambios que considere pertinentes a la información que se divulgará, en aras de generar una comunicación clara, concisa y respetuosa.

## MEDIOS VIRTUALES

La información que se dé a conocer a través de los medios electrónicos formales de la entidad (sede electrónica, intranet, correo electrónico) deberá ser veraz, 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, entre otros, 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, bien estructurada e incluir la firma electrónica institucional, con el fin de preservar la identidad digital de la Contraloría de Bogotá, D.C.

[www.contraloriabogota.gov.co](http://www.contraloriabogota.gov.co)

Carrera 32 A N° 26 A - 10 - Código Postal 111321

PBX: 3358888

Página 10 de 47

## **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”.

Cualquier campaña institucional, pieza comunicativa o material impreso a producir, de acuerdo con los planes de acción de cada Dirección u Oficina, deberá contar con la asesoría y 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 y externa.
- Fortalecer la cultura de la información.
- Conocer la gestión de nuestra entidad.
- Garantizar coherencia en la imagen y los mensajes institucionales.

## **IDENTIDAD INSTITUCIONAL**

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 órgano de control, para posicionarla entre los clientes internos y externos.

[www.contraloriabogota.gov.co](http://www.contraloriabogota.gov.co)

Carrera 32 A N° 26 A - 10 - Código Postal 111321

PBX: 3358888

Página 11 de 47

Este Manual debe ser consultado por todos los servidores, 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 reiterar 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, teniendo en cuenta que esta dependencia debe propender por la adecuada utilización de la imagen corporativa.

## **MARCA**

La marca es el principio de la identidad de la Contraloría de Bogotá, D.C., es el elemento principal de su imagen corporativa. Debe utilizarse en todas las manifestaciones de la entidad que así lo requieran. No podrá alterarse en ninguna circunstancia.

## **LOGOTIPO**

Conforme al artículo 4 de la Ley 2345 del 30 de diciembre de 2023, las entidades del orden territorial deberán emplear como logotipo el escudo o la bandera que corresponde a cada territorio, acompañado del nombre de la entidad; no obstante, la norma da la opción de emplear, excepcionalmente, un logotipo distinto siempre y cuando se acredite su apropiación cultural e histórica.

Para el caso de la Contraloría de Bogotá, D.C. el logotipo que actualmente utiliza viene posicionándose en la ciudad desde el año 2002, cuando fue adoptado mediante Resolución Reglamentaria 022 del 11 de junio, con el objetivo de fortalecer la identidad visual de la entidad y reforzar el sentido de pertenencia frente a la misma tanto de la población bogotana como de sus funcionarios.

[www.contraloriabogota.gov.co](http://www.contraloriabogota.gov.co)

Carrera 32 A N° 26 A - 10 - Código Postal 111321

PBX: 3358888

Página 12 de 47

 <p>CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.</p>	<b>Manual de Identidad Visual</b>	Código Formato: PGD-02-02 Versión: 14.0 Código documento: PPCCPI – 05 Versión: 8.0
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------

Su aplicación, desde hace más de dos décadas, ha permitido generar un reconocimiento permanente en la ciudadanía, que ha favorecido la articulación del control social con el control fiscal y la relación con la comunidad bogotana con quien se trabaja de la mano en las 20 localidades de la ciudad.

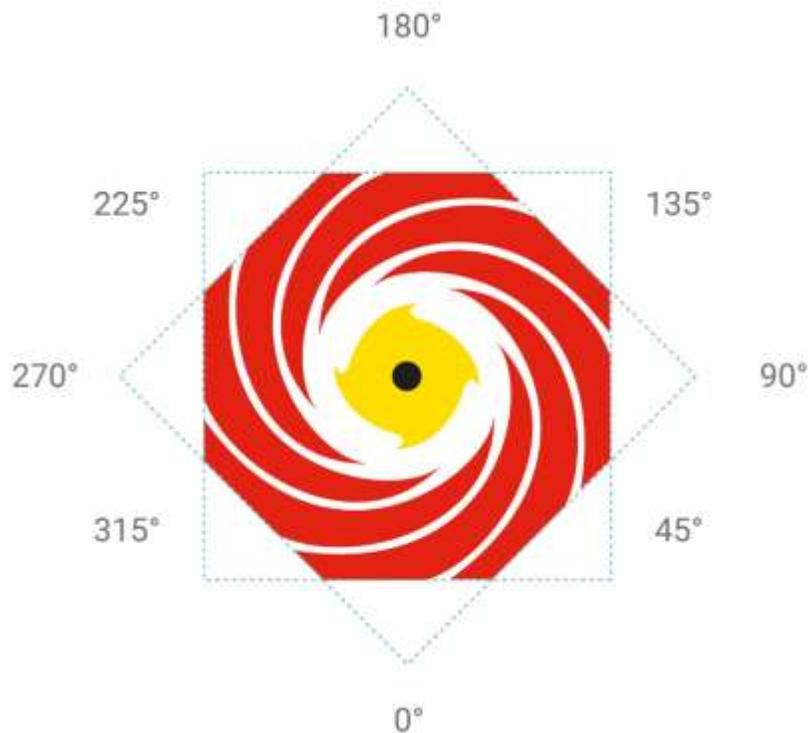
El diseño del logotipo de la Contraloría de Bogotá, D.C. ha determinado, a lo largo de estos más de 20 años de uso, un valor histórico institucional que ha arraigado en la población bogotana el concepto de una entidad vigilante de los recursos públicos de la capital de Colombia.

Su utilización en los múltiples espacios en donde la Contraloría de Bogotá, D.C. ha hecho y hace presencia, ha propiciado que cada vez más la comunidad reconozca este logotipo y se identifique con la misión de vigilar la gestión de los recursos, por medio de un control participativo.

El logotipo 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.

Enmarcada 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.

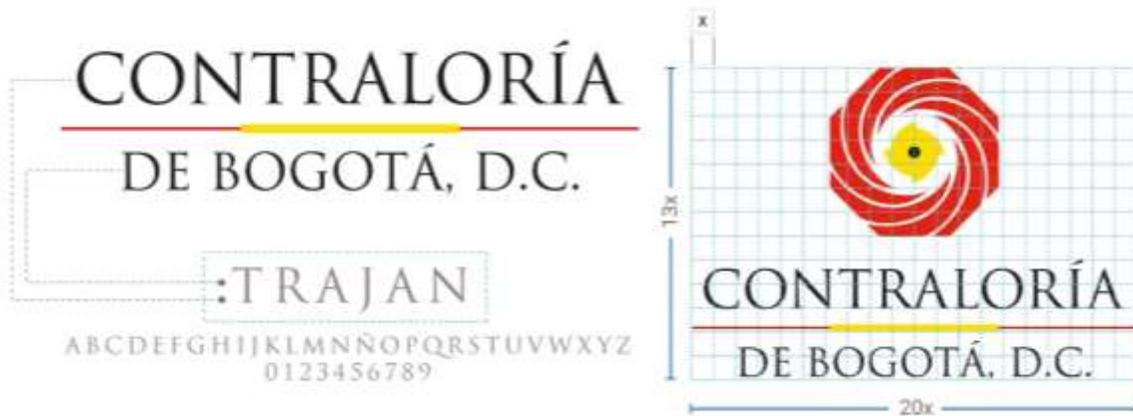
Los colores principales que lo conforman, es decir, el amarillo (Pantone 109C) y el rojo (Pantone 458C), fueron inspirados en los colores de la bandera de Bogotá, D.C.



El logotipo incluye 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.

El nombre 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.



Para las versiones horizontales del logo, sin eslogan, se recomienda que la distribución sea la siguiente:



## PROPORCIONES DEL LOGOTIPO

Las proporciones del logotipo de la Contraloría de Bogotá, D.C. se generan a partir de la centralidad de todos los elementos con respecto al punto negro del mismo.

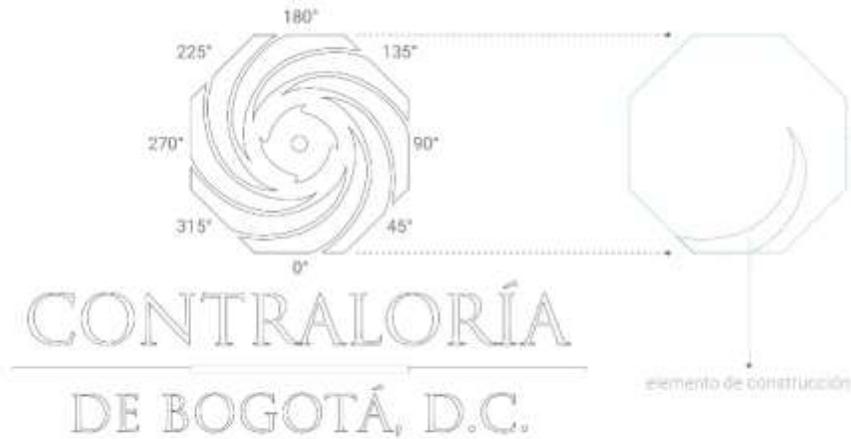
Los componentes se organizan y ubican en función de este principio. Los elementos en forma de “C” se generan de manera armónica girando 45° con relación al octágono externo.

[www.contraloriabogota.gov.co](http://www.contraloriabogota.gov.co)

Carrera 32 A N° 26 A - 10 - Código Postal 111321

PBX: 3358888

Página 15 de 47



## ÁREA SEGURA

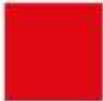
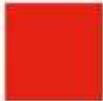
La distancia mínima que debe tener el logotipo con cualquier otro elemento gráfico, es el tamaño de la letra “O” de Bogotá. Ningún elemento puede acercarse o ubicarse a una distancia menor a la determinada por esta proporción.



## COLORES

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



CMYK		C: 2 M: 100 Y: 100 K: 0		R: 218 G: 41 B: 28	
		C: 0 M: 9 Y: 100 K: 0			R: 255 G: 209 B: 0
		C: 0 M: 0 Y: 0 K: 100			R: 39 G: 37 B: 31

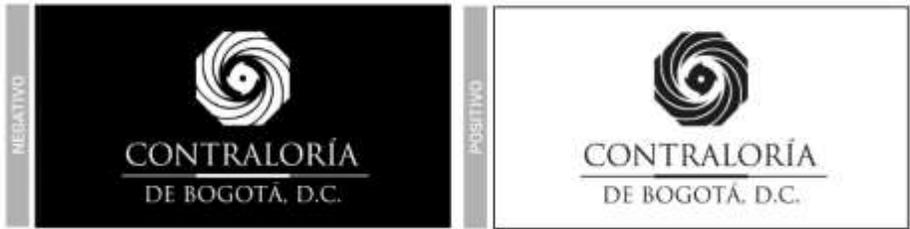
## VERSIONES MONOCROMÁTICAS

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



## APLICACIÓN BLANCO O NEGRO

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



## 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, deberá ser usada 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.



## TAMAÑOS MÍNIMOS

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 se permite la manipulación del logotipo en su forma, color o tipografía.

## IMPRESO



## DIGITAL



## 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 y Calibri: documentos en Word (memorandos, cartas, circulares, etc.) y presentaciones en PowerPoint.

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

- Arial
- Calibri
- Roboto Thin
- Futura Bk BT
- Helvética
- Garamond



## USO COMPARTIDO DEL LOGOTIPO Y EVENTOS ESPECIALES

Para la disposición del logotipo de la Contraloría de Bogotá, D.C. 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

[www.contraloriabogota.gov.co](http://www.contraloriabogota.gov.co)

Carrera 32 A N° 26 A - 10 - Código Postal 111321

PBX: 3358888

Página 21 de 47

	<b>Manual de Identidad Visual</b>	Código Formato: PGD-02-02 Versión: 14.0 Código documento: PPCCPI – 05 Versión: 8.0
-----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------

logotipo normal. Esta modificación solo podrá realizarla la Oficina Asesora de Comunicaciones.



## ESLOGAN

De acuerdo con la Ley 2345 del 30 de diciembre del 2023, artículo 3, se prohíben las marcas de gobierno para evitar perder la identidad institucional, estas se refieren a estrategias de comunicación que hacen alusión “... a un plan de gobierno, grupo político o plan de acción de una persona elegida para un periodo fijo o para un cargo directivo, a través del uso de signos o mensajes”.

En virtud de la citada Ley, la Contraloría de Bogotá, D.C. no utilizará eslogan alguno en sus plantillas oficiales, sistemas de información, redes sociales oficiales, papelería, impresos, señalética, bienes inmuebles y muebles, en la difusión de rendición de cuentas ni en la presentación de informes de gestión.

[www.contraloriabogota.gov.co](http://www.contraloriabogota.gov.co)

Carrera 32 A N° 26 A - 10 - Código Postal 111321

PBX: 3358888

Página 22 de 47

## **PAPELERÍA E IMPRESOS**

Todas las piezas de papelería e impresos institucionales deben generarse de acuerdo con las disposiciones de la marca indicadas en este Manual, así como por los procedimientos correspondientes al proceso de Gestión Documental.

## **PAPELERÍA INTERNA Y EXTERNA**

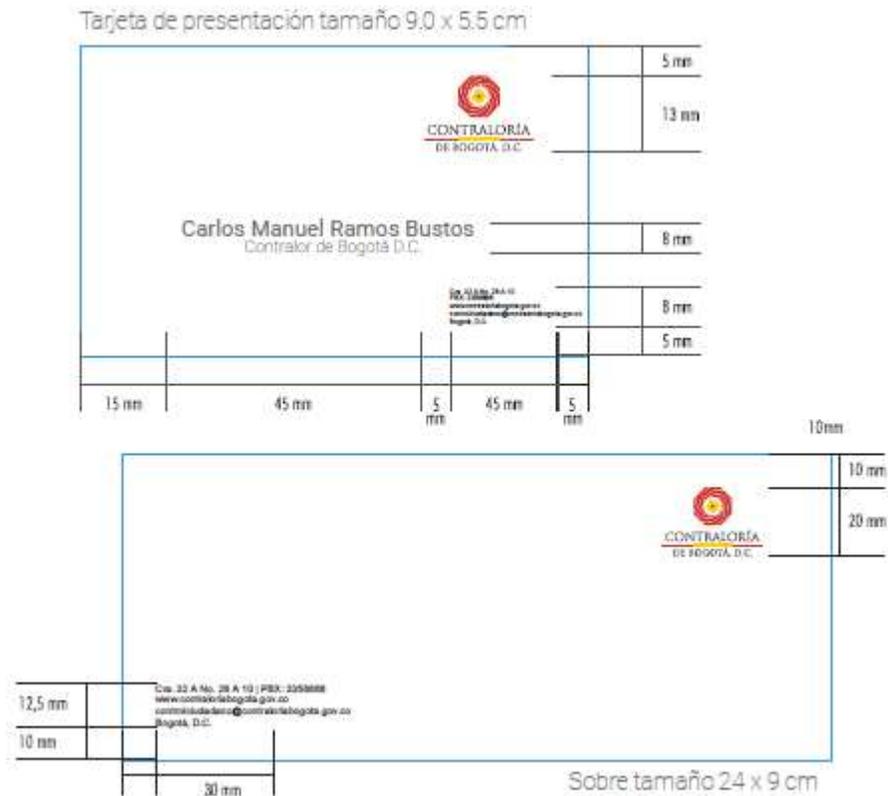
Las comunicaciones oficiales internas y externas se elaborarán de acuerdo con lo estipulado en los procedimientos respectivos, teniendo en cuenta que tanto en la redacción como en la elaboración física se velará siempre por la pulcritud y excelente presentación.

Se recomienda utilizar un lenguaje cortés, sencillo y respetuoso. El membrete incluye la marca adoptada en el presente Manual.

## **TARJETAS Y SOBRES**

Las tarjetas de presentación se limitarán, específicamente, para la alta dirección.

Se deberá tener en cuenta la disposición gráfica de los elementos de la imagen de la Contraloría de Bogotá, D.C. que se muestra en este Manual.



## CARPETAS INSTITUCIONALES

Para la disposición gráfica de la carpeta institucional, se tomará como base un diseño abierto, tamaño carta.

En la portada irá centrada la marca de la entidad; en la contraportada, se incluirán los datos de contacto de la Contraloría de Bogotá, D.C. y las redes sociales. El fondo de la carpeta será blanco o negro y en el interior se dispondrá un bolsillo que ocupe la parte inferior derecha.

[www.contraloriabogota.gov.co](http://www.contraloriabogota.gov.co)

Carrera 32 A N° 26 A - 10 - Código Postal 111321

PBX: 3358888

Página 24 de 47

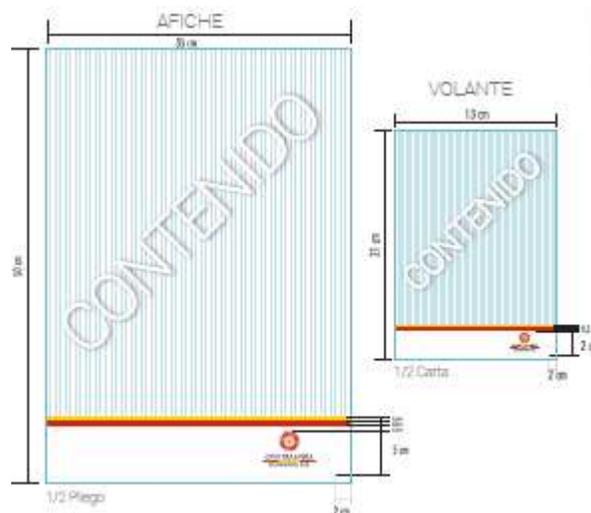
## AFICHES Y VOLANTES

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 y las franjas de colores.

Tamaños de piezas en formatos medio pliego, para el caso de afiches, será 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.



## ELEMENTOS INSTITUCIONALES

Todos los elementos institucionales que se deriven del ejercicio misional de las diferentes dependencias de la entidad, deben incluir la marca Contraloría de Bogotá, D.C., cuyo manejo debe estar acorde con las disposiciones incluidas en este Manual.

## 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 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 satín, doble faz, con escudo bordado a full color, con espacio para la asta de 10 cm y un tamaño de 2.40 metros de ancho por 1.50 metros de largo.

La bandera para exterior se confeccionará con escudo bordado a full color, la dimensión del bordado para cada bandera es de 60 cm, en tela Brigitte, no sublimada. El espacio para el asta es de 10 cm, con amarre de cinta satín falla gruesa. El tamaño será de 3 metros de ancho por 2 metros de largo.



## PENDONES

Los pendones institucionales deberán diseñarse bajo los siguientes parámetros generales:

- Fondo blanco con imagen nítida y de buena calidad.
- Los colores del logotipo 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.



## 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.

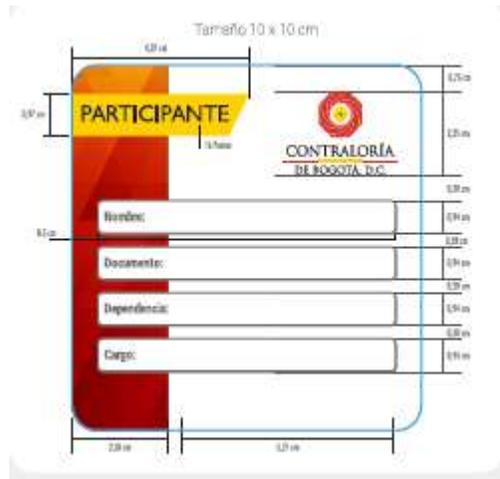
En caso de plasmarse en una sola tinta, se trabajan de acuerdo con la variación de colores permitida en este Manual; su tamaño deberá ser proporcional al bolsillo de la prenda.

Los colores de las prendas dependerán de los lineamientos de la alta dirección, siempre teniendo en cuenta la gama de colores del logotipo, incluyendo el color blanco.



## 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.



## HABLADORES

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

Serán de un material resistente, intercambiables y preferiblemente en acrílico para su óptima presentación. Llevarán el nombre, cargo y la entidad que representa.



### CARNET

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

Por seguridad, se deberá portar en un lugar visible este documento de identificación.



### 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 oficiales del himno estarán disponibles en la Oficina Asesora de Comunicaciones.

## HIMNO DE LA CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.

### 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.

## CORREOS ELECTRÓNICOS

Los correos electrónicos oficiales que se emiten en cumplimiento de las funciones desde los usuarios asignados por la entidad, deben redactarse en un lenguaje cortés, amable y sencillo, cuidando siempre la ortografía y los aspectos gramaticales básicos. Para el texto se debe utilizar letra Arial o Calibri, color negro.

	<b>Manual de Identidad Visual</b>	Código Formato: PGD-02-02 Versión: 14.0 Código documento: PPCCPI – 05 Versión: 8.0
-----------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------

## FIRMA DE CORREOS ELECTRÓNICOS

La firma de todo correo electrónico que se emite desde los usuarios institucionales, debe seguir los lineamientos incluidos en este Manual, pues se constituye en un elemento que hace parte de la imagen de la entidad.

Se deberá escribir el nombre completo en letra Arial, negrilla y tamaño 10; el resto del texto, es decir el cargo, la dependencia, el nombre de la entidad, la dirección, el PBX, la extensión y el correo electrónico en letra Arial normal, tamaño 9, tal y como se indica en los ejemplos.

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



**Carlos Andrés Pérez Rodríguez**

Profesional  
Dirección de Movilidad  
Contraloría de Bogotá, D.C.  
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, D.C.  
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, D.C.  
Cra. 32 A No. 26 A 10 piso 15  
PBX: 3358888 ext. 11501  
cperez@contraloriabogota.gov.co

## FOTOGRAFÍA EN CORREOS

En caso de utilizar fotografía en el perfil del correo electrónico institucional, ésta deberá cumplir con las mismas especificaciones de la registrada en el carnet: tipo documento 3X4, de frente.

## AUDIOVISUALES

En productos audiovisuales el manejo de la marca deberá corresponder a los lineamientos de la Oficina Asesora de Comunicaciones, dependencia que proporcionará

[www.contraloriabogota.gov.co](http://www.contraloriabogota.gov.co)

Carrera 32 A N° 26 A - 10 - Código Postal 111321

PBX: 3358888

Página 33 de 47

la imagen gráfica para créditos y cabezotes. Todo producto audiovisual debe ser aprobado por esta dependencia.

## **LOGO EN WEB Y MEDIOS DIGITALES**

Cuando se realice alguna publicación de la marca en web o medios digitales, deben tenerse en cuenta las proporciones, tamaños y colores establecidos en el presente Manual.

## **VIDEOS, MENSAJES Y OTROS**

Los productos audiovisuales como videos, mensajes para radio o cualquier otra pieza comunicacional que se genere en la entidad, deberán ser presentados a la Oficina Asesora de Comunicaciones para la evaluación de su contenido, mensaje y características de divulgación, con el fin de velar por la imagen institucional.

## **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 PLANTILLA POWERPOINT**

La Oficina Asesora de Comunicaciones diseñará las plantillas oficiales que utilizarán los servidores y contratistas de la entidad en el cumplimiento de sus funciones

[www.contraloriabogota.gov.co](http://www.contraloriabogota.gov.co)

Carrera 32 A N° 26 A - 10 - Código Postal 111321

PBX: 3358888

Página 34 de 47

 <p>CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.</p>	<b>Manual de Identidad Visual</b>	Código Formato: PGD-02-02 Versión: 14.0 Código documento: PPCCPI – 05 Versión: 8.0
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------

u obligaciones. Para las presentaciones realizadas en PowerPoint se tendrá en cuenta la siguiente disposición de los elementos gráficos:

- Las 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.
- 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, con buena redacción y ortografía. Se podrá utilizar fuente de letra Arial o Calibri.
- 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, pero en un puntaje menor.

## **OTRAS APLICACIONES**

Toda utilización de la marca de la Contraloría de Bogotá, D.C. debe producirse teniendo como base las disposiciones del presente Manual y su aplicación en cualquier elemento debe ser aprobado por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

## **IMAGEN EN VEHÍCULOS**

La imagen en vehículos está reglamentada según las normas vigentes sobre la materia. Debe ser en material adhesivo resistente a la intemperie, ubicada en un recuadro de 40 cm de alto por 50 cm de ancho. 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.

[www.contraloriabogota.gov.co](http://www.contraloriabogota.gov.co)

Carrera 32 A N° 26 A - 10 - Código Postal 111321

PBX: 3358888

Página 35 de 47

## ARTÍCULOS POP

La marca de la Contraloría de Bogotá, D.C. se debe presentar de manera proporcional y legible en sus diferentes aplicaciones. En cualquier implementación, se debe contar con la aprobación de la Oficina Asesora de Comunicaciones de la entidad.



## ESTAND

Para el diseño de estands, la marca se trabajará de acuerdo con el espacio, 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 con la normatividad de avisos de este Manual.

[www.contraloriabogota.gov.co](http://www.contraloriabogota.gov.co)

Carrera 32 A N° 26 A - 10 - Código Postal 111321

PBX: 3358888

Página 36 de 47

## **AVISOS PARA EXTERIORES**

Para el caso específico de avisos en exteriores, se debe incorporar la marca en su formato horizontal. Se tendrán en cuenta las siguientes especificaciones:

- El nombre completo de la Contraloría de Bogotá, D.C. estará distribuido en dos líneas.
- No se deberá incluir ningún eslogan.

## **BIENES CONSUMIBLES Y NO CONSUMIBLES**

No contendrán ninguna marca de gobierno.

## **VOCERIA INSTITUCIONAL**

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 o los distintos medios de comunicación se convierten en una herramienta fundamental para la Contraloría de Bogotá, D.C., 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 o los distintos medios de comunicación están destinados 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 un canal 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, D.C. son de gran utilidad, ya que a través de ellas se genera un espacio de difusión de la gestión institucional, se informa a la ciudadanía 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 - Ciudadanía.

Con el uso de las redes sociales o los distintos medios de comunicación se pretende garantizar, a gran parte de la ciudadanía, 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.

## **REDES SOCIALES**

La Contraloría de Bogotá, D.C. tiene cuentas autorizadas para la vocería institucional en las redes sociales de Facebook, Twitter, YouTube, Instagram y TikTok. En Facebook y YouTube la Contraloría hace presencia como Contraloría de Bogotá. En Instagram, TikTok y Twitter el perfil registrado aparece como @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, sin autorización.

Los servidores que se identifiquen en sus perfiles digitales como trabajadores de la Contraloría de Bogotá, D.C., deben dejar claro que sus comentarios y opiniones no comprometen a la organización.

Así mismo, no podrán revelar información de carácter confidencial sobre la entidad en plataformas digitales.

## **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 la misma.

## **INFORMAR PARA LA COMUNIDAD**

Los canales de comunicación usados a nivel digital por la Contraloría de Bogotá, D.C., mencionados previamente, se establecen como vías de acceso a la información para toda la comunidad en la capital del país, en la que se informa en detalle todo el trabajo realizado desde la entidad.

Por supuesto, estos espacios dan la posibilidad de generar una conversación en doble vía, donde la ciudadanía también sea protagonista gracias a la posibilidad de realizar denuncias, reclamos, observaciones y, en términos generales, ser escuchada.

## **INSTANCIAS, RESPONSABILIDAD Y AUTORIDAD**

### **Jefe Oficina Asesora de Comunicaciones**

[www.contraloriabogota.gov.co](http://www.contraloriabogota.gov.co)

Carrera 32 A N° 26 A - 10 - Código Postal 111321

PBX: 3358888

Página 39 de 47

Imparte 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.

### **Coordinación de canales digitales**

La ejerce un miembro del equipo de la Oficina Asesora de Comunicaciones, responsable del uso de claves y de presentar al Jefe de esta dependencia los mensajes que se publicarán en las redes sociales, administrar la parrilla de difusión, informar acerca de las 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.

### **Responsabilidad y seguridad del contenido**

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 de la coordinación de los canales digitales depurar la información y publicarla de acuerdo con las instrucciones y luego de la aprobación del jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones.

Las cuentas de vocería institucional pertenecen a la Contraloría de Bogotá, D.C., por esta razón con el fin de garantizar la integridad de la información que se publique en las redes sociales de la entidad, el coordinador de las mismas (funcionario o contratista) deberá entregar a su superior inmediato (jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones), en el momento de la entrega de su cargo o de su retiro, las claves de acceso correspondientes. El jefe procederá a hacer inmediatamente el respectivo cambio. Si es el jefe de esta oficina quien deja el cargo, deberá indicar en los informes

 <p>CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.</p>	<b>Manual de Identidad Visual</b>	Código Formato: PGD-02-02 Versión: 14.0 Código documento: PPCCPI – 05 Versión: 8.0
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------

correspondientes qué funcionario o contratista gestiona las redes sociales y está a cargo de dichas claves.

## **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 de los mismos.

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

## **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, D.C. y/o directivos que asistirán.

[www.contraloriabogota.gov.co](http://www.contraloriabogota.gov.co)

Carrera 32 A N° 26 A - 10 - Código Postal 111321

PBX: 3358888

Página 41 de 47

COPIA CONTROLADA

Se debe conformar un grupo coordinador del evento en el que participen funcionarios del 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, con el objetivo de establecer responsabilidades en aspectos como:

- Definición del tema central y objetivo del evento.
- Lugar de realización (cuando sea presencial) o plataforma de transmisión.
- Agenda del evento, bases de datos de invitados y ponentes, tarjetas de invitación.
- Canales de 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)

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

La intervención del representante del organismo de control 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.

Igualmente, esta Oficina Asesora 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, ubicación de ponentes e invitados, sillas reservadas, disposición de mesa principal y disposición de atril.
- Se debe velar por la elegancia y sobriedad en la decoración del evento y, en lo posible, la logística debe quedar lista desde el día anterior.
- Se debe contar con funcionarios que apoyen tanto el registro y ubicación de las personas invitadas, como los temas técnicos de las presentaciones que se utilizarán. 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 los eventos institucionales. Si está acompañada de las banderas de Colombia y Bogotá, se ubicará en el centro la de Colombia, a la izquierda la bandera de Bogotá y a la derecha la de la Contraloría de Bogotá, D.C. (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, D.C.

## **CITACIONES E INVITACIONES**

Cuando el Contralor sea invitado a un debate en el Congreso de la República o en el Concejo de Bogotá, D.C., 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.

## **SOCIALIZACIÓN**

De acuerdo con la Ley 2345 de 2023, se socializó el Manual de Identidad Visual con la ciudadanía a través de la Sede Electrónica de la Contraloría de Bogotá, D.C. (banner y correo electrónico) y en la cuenta oficial de la entidad en la red social X, para que se “...realicen comentarios, sugerencias u observaciones sobre el mismo”.

Desde el 30 de mayo al 7 de junio de 2024, no se recibieron sugerencias, observaciones o comentarios del Manual de Identidad Visual, ni al correo [comunicaciones@contraloriabogota.gov.co](mailto:comunicaciones@contraloriabogota.gov.co) ni por la red social X.

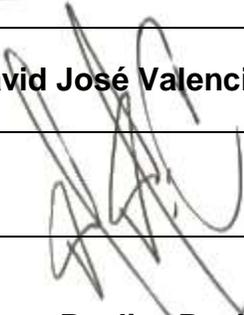
## CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Resolución Reglamentaria, Acta <sup>2</sup> y Fecha	Descripción de la Modificación
1.0	R.R. No.028 22 octubre de 2014	Si requiere ver la trazabilidad consultar la Resolución Reglamentaria.
2.0	R.R. No.058 30 octubre de 2015	Si requiere ver la trazabilidad consultar la Resolución Reglamentaria.
3.0	R.R. No.045 28 diciembre de 2017	Si requiere ver la trazabilidad consultar la Resolución Reglamentaria.
4.0	R.R. No. 035 30 agosto de 2018	Si requiere ver la trazabilidad consultar la Resolución Reglamentaria.
5.0	R.R. No. 014 24 mayo de 2021	Si requiere ver la trazabilidad consultar la Resolución Reglamentaria.
6.0	R.R. No. 014 28 abril de 2023	Si requiere ver la trazabilidad consultar la Resolución Reglamentaria.
7.0	R.R 031 del 23 de noviembre de 2023	Teniendo en cuenta que en la Ley 2345 del 30 de diciembre de 2023 <i>“Por medio de la cual se implementa el Manual de Identidad Visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal”</i> , se suprime el uso de las marcas de gobierno, es decir aquellas relacionadas con “un plan de gobierno, grupo

<sup>2</sup>Registrar Acta con el nombre del Comité y su correspondiente N° y fecha, si se adoptó por resolución reglamentaria igual se registra su N° y fecha.

Versión	Resolución Reglamentaria, Acta <sup>2</sup> y Fecha	Descripción de la Modificación
		<p>político o plan de acción de una persona elegida para un periodo fijo o para un cargo directivo a través del uso de signos o mensajes”, se hace necesario actualizar el Manual de Identidad Institucional de acuerdo con los lineamientos de norma citada.</p> <p>Se actualiza Manual de Identidad Institucional, con base en la Ley 2345 del 30 de diciembre de 2023, en aspectos como:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>- Cambiar el nombre del actual Manual de Identidad Institucional por Manual de Identidad Visual.</li><li>- Unificar los conceptos de símbolo y logotipo.</li><li>- Suprimir el texto correspondiente al eslogan.</li><li>- Suprimir el texto relacionado con el uso de lenguaje incluyente, debido a que se editó una Guía especial sobre el tema.</li><li>- Incluir un texto relacionado con la integridad de la información en las redes sociales.</li></ul>
8.0	R.R. 021 de 28 junio de 2024	

**Responsable de Proceso que Aprueba**

<b>Cargo</b>	<b>Director de Participación Ciudadana y Desarrollo Local</b>
<b>Dependencia</b>	<b>Dirección de Participación Ciudadana y Desarrollo Local</b>
<b>Nombre Completo</b>	<b>David José Valencia Campo</b>
<b>Firma</b>	

**Director de Planeación que Realiza Revisión Técnica**

<b>Nombre Completo</b>	<b>Sandra Patricia Bohórquez González</b>
<b>Firma</b>	