



MANUAL DE COMUNICACIONES

ÁREA METROPOLITANA
DE BARRANQUILLA

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

CONTENIDO

LAS COMUNICACIONES EN EL AREA METROPOLITANA DE BARRANQUILLA.....	3
COMUNICACIÓN PÚBLICA.....	4
MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS EN EL AREA METROPOLITANA DE BARRANQUILLA.....	5
POLÍTICAS	10
ESTRATEGIAS.....	14
PÚBLICOS DE INTERÉS.....	18
RENDICIÓN DE CUENTAS A LA SOCIEDAD.....	20
VOCERO.	21
OFICINA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA	23

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

LAS COMUNICACIONES EN EL AREA

METROPOLITANA DE BARRANQUILLA

En el Área Metropolitana de Barranquilla entendemos la importancia de la comunicación, ya que a través de la Comunicación Estratégica contribuimos en la construcción de una entidad en la cual se puede confiar. Además, la comunicación propicia la coordinación de actividades entre los servidores de la entidad y nos permite trabajar en equipo, enseñar a otros, dirigir, negociar, trabajar, atender a los clientes, entrevistar, escuchar, encabezar reuniones de trabajo, resolver conflictos, etc.

Es por esto que la Oficina de Comunicación Pública, consciente del impacto que genera en la planeación y ejecución de acciones del Área Metropolitana de Barranquilla, diseña estrategias para los distintos públicos de nuestra organización, dispone de mecanismos de socialización, planea estratégicamente los medios, busca transmitir la información en el momento oportuno y contribuye a establecer vínculos entre los distintos públicos de interés.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

COMUNICACIÓN PÚBLICA

En el Área Metropolitana de Barranquilla existe un querer o deber ser que expresa lo que ésta define de sí misma: su visión, su misión, sus políticas, los grandes enunciados acerca de lo que dice que quiere ser; pero hay otra realidad, también cultural, conformada por las prácticas cotidianas. La comunicación pública busca entonces que la misión y la visión sean el norte que oriente a la organización en sí, y a las prácticas cotidianas el camino que las conduce hacia la realización de ese norte.

Cuando se habla de la comunicación pública en el Área Metropolitana de Barranquilla nos referimos a ella como un concepto y un fin que contribuye a la formación de una imagen más humanizada y personalizada de la Administración frente a los ciudadanos, y para la planeación estratégica de la comunicación en la organización.

Es fundada en el principio del conocimiento de la administración pública, cuya función es informarle a la comunidad periódicamente

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

sobre la gestión y proyectos de impacto social realizados por la entidad. Este proceso moviliza internamente a los servidores públicos en sintonía con los objetivos de la organización y con el cumplimiento de los fines esenciales del Estado.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS EN EL AREA METROPOLITANA DE BARRANQUILLA

Con el fin de establecer vínculos comunicacionales con nuestros públicos, en la entidad se cuenta con los siguientes medios de comunicación.

MEDIOS ELECTRÓNICOS:

Chat interno: Herramienta de comunicación interna vía red de área local diseñada para que los funcionarios compartan archivos y chateen en tiempo real.

Boletín Virtual Interno: Medio de información escrito de periodicidad quincenal, donde a través de información oportuna,

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

concisa y actual, se da a conocer informaciones de interés a los funcionarios del Área Metropolitana de Barranquilla. Escrito en un lenguaje sencillo y amable para los funcionarios.

Boletín Virtual Externo: Medio de comunicación escrito de periodicidad quincenal, donde se informa a la comunidad sobre distintos temas o proyectos que ejecuta el Área Metropolitana de Barranquilla.

Correo Electrónico: Un servicio de red que permite a los funcionarios enviar y recibir mensajes rápidamente mediante sistemas de comunicación electrónicos.

Página web: Es un lugar en la web donde el Área Metropolitana de Barranquilla brinda información a todos sus públicos con acceso a la Red. La dirección del portal web es: www.ambq.gov.co

Redes Sociales: A través de estas comunidades virtuales el Área Metropolitana publica informaciones, que le permiten interactuar con personas de todo el mundo. El Área Metropolitana maneja las

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

cuentas de Fan Page en Facebook: Área Metropolitana de Barranquilla, en Twitter: @AMBQuilla, y en Instagram: @AMBQuilla.

Protector de pantalla: Se aprovecha la pantalla del equipo de computación para sensibilizar sobre un tema o promocionar un evento.

MEDIOS IMPRESOS:

Revistas y folletos: Publicaciones sobre diferentes temas, pertinentes a las gestiones de las diferentes dependencias de la entidad.

Carteleras: Herramienta de comunicación visual donde los funcionarios y la Oficina de Comunicación Pública informan acerca de distintos acontecimientos en la entidad.

Informe Anual: Informe donde se publica toda la información correspondiente a la gestión que ha realizado la entidad durante el año en forma detallada para conocimiento de los públicos.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

Afiches: Herramientas de comunicación visual que acompañan las campañas y promocionan eventos de la entidad.

Comunicados de Prensa: Escritos dirigidos a los periodistas de distintos medios de comunicación cuya intención es que la información allí contenida se publique. Los comunicados están dirigidos a la audiencia del medio, en el lenguaje que este maneje. Los comunicados de prensa oficiales de la entidad únicamente son emitidos por la Oficina de Comunicación Pública del Área Metropolitana de Barranquilla.

COMUNICACIÓN CARA A CARA:

Eventos Institucionales: Actos donde el Área Metropolitana de Barranquilla puede comunicar a sus distintos públicos. En estos espacios podemos expresar nuestra esencia corporativa, acercándonos y mostrándonos ante los diferentes públicos de interés.

Reuniones: Constituyen uno de los pilares del trabajo en equipo. Se realizan por dependencia o a nivel general.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

Socializaciones: Eventos especiales con la comunidad, donde se busca dar a conocer los proyectos de impacto social que realiza el Área Metropolitana y también saber qué opinión o aportes tienen los ciudadanos afectados (de forma positiva o negativa) debido a dicho proyecto.

Comité de Dirección: Está conformado por la Dirección, las Subdirecciones y jefaturas para direccionar la toma de decisiones.

Audiencia Pública: Es un mecanismo de participación ciudadana, y una de las acciones para la rendición de cuentas. Generalmente el Área Metropolitana la realiza en uno de los municipios del territorio sobre los resultados de la gestión de un periodo.

OTROS MEDIOS:

Teléfono: Esta herramienta de comunicación nos permite estar en contacto con las diferentes dependencias de la entidad y con los demás públicos.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

POLÍTICAS

POLÍTICA INSTITUCIONAL DE COMUNICACIÓN: En el marco de la política institucional, en la cual la comunicación pública en el Área Metropolitana de Barranquilla será un eje estratégico para el logro de los objetivos institucionales y la construcción de confianza y reputación en todos los niveles sumado al flujo de las comunicaciones de forma abierta y de doble vía, la Oficina de Comunicaciones operacionalizará y divulgará las siguientes políticas:

1. La información primaria será considerada como elemento de control que garantiza la integridad, confiabilidad, validez de los procesos de operación, planeación y toma de decisiones a todos los niveles del Área Metropolitana de Barranquilla. Nuestra principal fuente de información primaria será la ciudadanía.
2. Las comunicaciones del Área Metropolitana de Barranquilla con la ciudadanía se realizarán en el marco del conocimiento de la administración pública como un servicio hacia la ciudadanía y en

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

el ejercicio de los principios de publicidad y transparencia que deben tener los actos de los servidores públicos. Se hará en términos de respeto, calidez y oportunidad, en la comprensión de la razón de ser del Área Metropolitana de Barranquilla.

3. La gestión de las comunicaciones en el Área Metropolitana de Barranquilla estará dirigida hacia la construcción y posicionamiento de la imagen corporativa y hacia la proyección de la imagen institucional. Es deber de la comunicación en el Área Metropolitana de Barranquilla, la creación de condiciones para la participación responsable de sus colaboradores en la gestión y ejecución de las acciones comunicativas dentro del marco de la organización.

4. La gestión de comunicaciones se caracterizará por la construcción de confianza hacia el Área Metropolitana de Barranquilla en todos sus stakeholders (públicos de interés) a través de estilos de comunicación interna como: propender por el diálogo, la transparencia, trabajo en equipo y visibilización de la gestión pública. Fluirán de forma abierta, cordial y de doble vía. En sentido vertical y horizontal. Los medios de comunicación internos tendrán énfasis en el uso de recursos electrónicos.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

5. En la comunicación externa, el Área Metropolitana de Barranquilla se expresará como una entidad que construye y defiende lo público y busca la integración de los municipios del Área Metropolitana de Barranquilla.

6. Las comunicaciones del Área Metropolitana de Barranquilla tanto con públicos internos, externos o intermedios se realizará de acuerdo a las directrices que se establecen en el Plan de Comunicaciones anual que realiza la Oficina de Comunicación Pública de la entidad. Este plan contendrá los lineamientos, estrategias y procedimientos comunicacionales de la entidad en sus relaciones con los diferentes públicos.

7. La entidad dispondrá de mecanismos para escuchar en forma oportuna y sistemática para procesar los requerimientos y necesidades de los ciudadanos metropolitanos, según la competencia y posibilidad del Área Metropolitana de Barranquilla; Y para informar de forma periódica a la comunidad sobre la gestión e impacto social de proyectos que realizará el Área Metropolitana de Barranquilla.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

8. La comunicación con los contratistas y proveedores se regirá por los principios de igualdad, imparcialidad y transparencia. Se informará de manera amplia y suficiente en cumplimiento con las disposiciones legales referentes a contratación a las cuales está sujeta el Área Metropolitana de Barranquilla.

9. Las relaciones con los medios de comunicación tendrán carácter institucional y deben estar basadas en principios de veracidad, libertad y publicidad. El suministro de información y la relación comercial frente a las pautas publicitarias se realizarán bajo condiciones democráticas. Se buscará establecer relaciones de confianza con los medios de comunicación donde prime la crítica objetiva por parte de los medios masivos de comunicación y la escucha o receptividad por parte de las directivas del Área Metropolitana de Barranquilla.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

ESTRATEGIAS

ESTRATEGIAS DE COMUNICACIÓN EXTERNA:

1. Plan de Medios: Se elabora teniendo en cuenta el tipo de evento, sus públicos y el mensaje a comunicar. La continua actualización de la base de datos de directores de medios, periodistas y columnistas, permite estrategias de divulgación y prensa efectivas.

2. Contacto permanente con medios: Mantener una estrecha y constante relación con los medios de comunicación es fundamental para dirigir el mensaje a los periodistas indicados que puedan divulgar la información de la entidad.

3. Comunicados de Prensa: Contienen la información oficial de la entidad (eventos, proyectos, pronunciamientos, inauguraciones, campañas, etc.). Se elaboran en un formato con título, intertítulos (según el tema) y cuerpo de la información. Se envían vía e-mail o personalmente, según la importancia de la información. Regularmente 3 ó 4 días antes del evento, con un refuerzo de la información un día antes del mismo.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

4. Entrevista en exclusiva: Es solicitada por un medio de comunicación con anterioridad sobre un tema específico. Puede ser dirigida al Director o al Subdirector seleccionado, de acuerdo a la información solicitada.

5. Informe Especial: Son contratados por la entidad a los medios de comunicación con el fin de entregar una información específica a los públicos.

6. Visita a medios: Se realiza para enfatizar en una información especial de la entidad uno o dos días antes del evento o el mismo día cuando las circunstancias así lo ameriten. Es necesario cumplir con el horario establecido por el medios de comunicación.

7. Ruedas de Prensa: Se deben realizar para divulgar una noticia importante, presidida por el Director de la entidad. El mejor horario de convocatoria es antes de las 10:00 a.m. Se debe preparar el material de apoyo para la prensa, el cual se entregará con antelación. Las ruedas de prensa deben tener un conductor, generalmente el asesor de comunicaciones. Al final de la rueda de prensa si algún periodista solicita una entrevista en exclusiva se gestionará la misma con el director o el funcionario delegado.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

8. Campañas Publicitarias: Se adelantan sobre temas que la entidad quiere promocionar de acuerdo a los objetivos propuestos. Se desarrollan a través de radio, prensa y televisión, para lo cual los periodistas y medios de comunicación presentan a la entidad sus ofertas de servicio con el precio que se maneja en el mercado.

9. Stand Promocional: Se utiliza en eventos de gran concurrencia de público para proyectar una imagen positiva de la entidad. El stand es móvil a fin de trasladarlo a distintos escenarios donde participe AMBQ.

10. Presencia Institucional: Es la participación publicitaria de la imagen corporativa de la entidad en eventos masivos de transporte, ambientales, culturales, deportivos, etc. La presencia institucional se realiza con pendones, vallas, pasacalles, logo en pantalla, entre otros.

11. Video Institucional: Se proyecta en eventos de la entidad y en las charlas de socialización de los proyectos de la comunidad. El video muestra que es el AMBQ, su proyección y acompañamiento con los municipios que la conforman.

12. Videoclips: Es una producción breve filmada que incluye música, imagen (fotografías fijas y móviles y notaciones gráficas) y lenguaje verbal para sensibilizar sobre temas propios de la misión del Área Metropolitana.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

13. Manual de Identidad Corporativa: Contiene información acerca de la identidad corporativa del Área Metropolitana de Barranquilla, y describe el funcionamiento del identificador o logotipo, sus características, variaciones y los usos adecuados al momento de aplicar la marca.

14. Recorridos con periodistas: Se organizan a los municipios donde el Área Metropolitana realiza una obra, una actividad educativa, cultural, deportiva, ambiental, de cultura ciudadana, entre otras.

15. Buzón de sugerencias: Es una herramienta de participación que permite recoger las sugerencias, quejas y reclamaciones de los ciudadanos sobre los servicios que presta el Área Metropolitana y sus servidores públicos.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

PÚBLICOS DE INTERÉS

Estos son los públicos internos, externos e intermedios que influyen en el Área Metropolitana de Barranquilla.

Público Interno	Funcionarios	Dirección
		Subdirecciones
		Administrativos
		Técnicos
		Asesores
		Operarios
	Asesores Externos	

Público Externo	Comunidad	Municipios del Área Metropolitana
		Juntas Comunales
		Veedurías Ciudadanas
	Gobierno	Junta Metropolitana
		Alcaldía Distrital
		Gobernación del Atlántico
		Gobierno Nacional
		Entes de Control
	Medios de Comunicación	Locales
		Regionales
		Nacionales
	Empresas	Locales
		Regionales
Nacionales		

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	 AMB <small>ÁREA METROPOLITANA DE BARRANQUILLA</small>
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

		Gremios económicos y organizaciones empresariales
--	--	--

Público Intermedio	Contratistas
	Proveedores
	Transportadores
	Familia de los empleados
	Dirigentes Cívicos
	Educadores Ambientales

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	 AMB <small>ÁREA METROPOLITANA DE BARRANQUILLA</small>
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

RENDICIÓN DE CUENTAS A LA SOCIEDAD

Es un campo derivado de la comunicación informativa, específico de las entidades del Estado y que solamente es posible desde una práctica de la comunicación organizacional fundada en la aplicación del precepto constitucional de la publicidad. La Rendición de cuentas a la sociedad es complementaria de la Rendición de Cuentas a los organismos de control que está reglamentada por la ley.

La Rendición de Cuentas que realiza el Área Metropolitana de Barranquilla a la sociedad contiene un alto componente ético que concierne a categorías como la responsabilidad y la transparencia y un innegable componente político que tiene que ver con la justicia y el reconocimiento de la obligación que compete al funcionario público de establecer relaciones comunicativas claras y eficaces con la sociedad.

Rendir cuentas implica, entonces, evidenciar la gestión y supone reconocer la obligación de demostrarla y justificarla durante el tiempo de su vigencia y no solamente al finalizar el año, es decir, de mostrarla de manera pública y permanente.

En el Área Metropolitana de Barranquilla esta herramienta se organiza coordinadamente con la Subdirección Técnica de Planeación.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

VOCERO

El Área Metropolitana de Barranquilla posee voceros institucionales en los temas estratégicos de su gestión sobre los cuales deba expresarse ante los medios y los diferentes auditorios y escenarios.

El principal vocero de la entidad es el Director. Especialmente en casos donde la imagen corporativa se vea comprometida.

El Director en coordinación con la Oficina de Comunicación Pública designa a los voceros autorizados en temas de su competencia. El Área Metropolitana de Barranquilla define y promulga ciertos criterios que deben cumplir los servidores públicos que en algún momento dado actúen como voceros autorizados de la entidad.

El vocero designado debe: Hablar con la verdad e informar con precisión. Estar actualizado del tema a tratar frente a los medios. Actuar de forma franca y abierta hasta donde el tema y su posición se lo permitan. Ser prudente en sus declaraciones, pues todo lo que comunique será tomado como oficial. Y además, expresarse en un lenguaje sencillo que permita la comprensión de la información.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

En las relaciones internas, el vocero autorizado por la entidad es el Asesor de Comunicación Pública. Este comunicará de manera efectiva a los funcionarios sobre los distintos hechos que ocurran al interior del Área Metropolitana de Barranquilla.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

OFICINA DE COMUNICACIÓN PÚBLICA

La Oficina de Comunicación Pública se encarga de la Comunicación Interna y Externa del Área Metropolitana de Barranquilla. Ningún funcionario ni asesor externo podrá realizar campañas, eventos, comunicados, videos, circulares, fotografías, avisos, ni cuñas radiales y televisivas sin el conocimiento de la Oficina de Comunicación Pública.

COMUNICACIÓN INTERNA: Es aquella que se realiza al interior de la organización. Su fin es la creación de vínculos sólidos entre los funcionarios, las diferentes dependencias y el Área Metropolitana de Barranquilla. Propende por la creación de un clima organizacional y fomenta el trabajo en equipo y la motivación interna propicia para llevar a cabo las labores y la consecución de los objetivos corporativos.

COMUNICACIÓN EXTERNA: Conjunto de actividades generadoras de mensajes dirigidas a crear, mantener o mejorar los vínculos con los diferentes públicos de interés del Área Metropolitana de Barranquilla. A través de la comunicación externa se busca proyectar una imagen favorable de la organización, promoviendo nuestro compromiso con la comunidad. Para que

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
----------------------------	-----------------------------	-----------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

pueda existir una buena comunicación externa es imprescindible, una buena comunicación interna, puesto que los funcionarios son el reflejo de lo que se quiere comunicar a los públicos.

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
--	---	---

CP – M-01	MANUAL DE COMUNICACIONES	 AMB <small>ÁREA METROPOLITANA DE BARRANQUILLA</small>
Versión: 2		
Fecha Aprob.:22/10/2015		

CONTROL DE CAMBIOS			
Versión	Fecha del cambio	Descripción del cambio	Aprobado por
1	13/08/2010	Creación del documento	Comité de calidad
2	22/10/2015	Se incluye dentro del manual lo siguiente: - Medios Electrónicos Redes sociales/ Protector de Pantalla - Comunicación cara a cara Audiencia Publica - Estrategias de comunicación: Video Clips/ Manual de identidad corporativa/Buzón de sugerencias	Comité de Calidad

Elaboró Marqueza Romero	Revisó Comité de Calidad	Aprobó Comité de calidad
-----------------------------------	------------------------------------	------------------------------------