DIRECTIVA PRESIDENCIAL 3 DE 2019

(abril 2)

Diario Oficial No. 50.914 de 2 de abril 2019

PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA

<NOTA DE VIGENCIA: Directiva derogada por la Directiva 3 de 2023>

PARA:	MINISTROS DIRECTORES DE DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO ORGANISMOS Y ENTIDADES DEL SECTOR CENTRAL Y DESCENT DEL NIVEL NACIONAL
DE:	PRESIDENTE DE LA REPÚBLICA
ASUNTO:	LINEAMIENTOS PARA LA DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA INST OBJETIVOS Y CONTENIDOS DE LAS ENTIDADES DE LA RAMA EJE
FECHA:	2 DE ABRIL DE 2019

Resumen de Notas de Vigencia

NOTAS DE VIGENCIA:

- Directiva derogada por la Directiva 3 de 2023, 'Lineamientos para la definición de la estrategia objetivos y contenidos de las entidades de la rama ejecutiva del orden nacional', publicada en el D de 2023.

Las entidades a las cuales va dirigida la presente directiva deben desarrollar su estrategia de comun Consejería Presidencial para las Comunicaciones, teniendo en cuenta que corresponde a esta depen del Decreto 179 de 2019, “por el cual se modifica la estructura de la Presidencia de la República”, a de la estrategia general de comunicaciones en su definición de objetivos, mensajes y contenidos ins

En cumplimiento de lo anterior, la Presidencia de la República, ha definido la Guía de Sistema Grá contiene las instrucciones de entidad visual y uso de imagen de obligatorio cumplimiento para las e nacional.

Así mismo, a continuación, se dan las siguientes directrices que en concordancia con la Directiva P de noviembre de 2018, pretenden la construcción y seguimiento de una estrategia integral de comu enmarcada en el uso eficiente y adecuado de los recursos públicos:

1. PRESENTACIÓN DEL PLAN DE COMUNICACIONES DE LAS ENTIDADES

En el primer trimestre de cada año las entidades de la rama ejecutiva del orden nacional, remitirán a consejeriacomunicaciones@presidencia.gov.co en el formato adjunto a esta directiva, para conocim Comunicaciones, su plan de comunicaciones compuesto por la estrategia de comunicaciones, neces descripción detallada de acciones contenidas dentro del plan, distribución y descripción de los recu relevantes. En relación con la presentación del Plan para el año 2019, deberá remitirse a más tardar

2. ESTUDIO Y APROBACIÓN DE LOS CONCEPTOS DE LAS CAMPAÑAS, FOROS Y PLAN

Con el propósito de garantizar la debida coordinación y optimizar el uso de los recursos destinados nacional, el concepto de todas las campañas de comunicación, divulgación e información institucio producción y difusión de piezas de televisión, radio, prensa, digital, impresos, publicaciones, entre y aprobación del Consejero Presidencial para las Comunicaciones mediante el Sistema de Administ

(sami.presidencia.gov.co), antes del inicio del proceso de contratación dando cumplimiento a la Di
cual deberá estar contenido en el plan de comunicaciones mencionado en el numeral 1.

La programación de foros que se planeen realizar en el marco del plan de comunicaciones deberá s
Consejero Presidencial para las Comunicaciones a través de SAMI. Lo anterior, independiente de l
de dicha actividad.

Dentro de la solicitud de aprobación se deberá especificar el objetivo de comunicación(3), audienci
producción. En el caso de foros se describirá el objetivo del mismo, la fecha de realización, provee

Con este propósito, los secretarios generales de los ministerios y departamentos administrativos o s
dependencias del Departamento Administrativo de la Presidencia de la República, validarán y cons
su sector y las enviarán a la Consejería Presidencial para las Comunicaciones, salvo las excepcione
La respuesta a las solicitudes de concepto será emitida a través de SAMI, dentro de los 8 días hábil

3. ESTUDIO Y APROBACIÓN DE LAS PIEZAS DE COMUNICACIÓN

3.1 Las campañas de comunicación, divulgación e información institucional y/o publicidad deberán
lineamientos:

(I) Ser indispensables para el cumplimiento de la misión y las funciones de la entidad.

(II) Contemplar medios regionales y alternativos como emisoras comunitarias, si es del caso.

(III) Presentar máximo dos videos (referencia) cuando la difusión de las campañas se realice a trav
cívico y con duración máxima de cuarenta (40) segundos.

(IV) Ajustarse a la Directiva Presidencial 09 de 2018.

3.2 Los foros que se planeen realizar en el marco del plan de comunicaciones deberán tener en cue

(I) Realizar únicamente foros que sean estrictamente necesarios.

(II) Privilegiar el uso de auditorios o espacios institucionales.

(III) Coordinar para que un mismo evento sea aprovechado por varias entidades.

(IV) Evaluar los costos de la logística de conformidad con los lineamientos de la política de austeri

La realización de las campañas de comunicación, divulgación e información institucional y/o publi
marco del plan de comunicaciones será responsabilidad exclusiva de cada entidad, de conformidad
aplicables.

Una vez emitido el concepto por la Consejería Presidencial para las Comunicaciones, al que hace r
generales de los Ministerios y Departamentos Administrativos o su equivalente, y los jefes de las d
Administrativo de la Presidencia de la República remitirán a la Consejería Presidencial para las Co
Administración de Mensajes Institucionales – (SAMI) (sami.presidencia.gov.co), las piezas de com
emisión.

La respuesta será emitida a través de SAMI, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su rece

Las empresas industriales y comerciales del Estado y las sociedades de economía mixta que directa
privado o que tengan interés público en salud, están exceptuadas de las obligaciones mencionadas e

4. SEGUIMIENTO

Dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la finalización de la campaña, las entidades remitir
Comunicaciones, a través del Sistema de Administración de Mensajes Institucionales (SAMI) (sam
evidencias de la difusión, pauta o emisión de cada pieza previamente aprobada por la Consejería.

5. DIVULGACIÓN MARCA PAÍS COLOMBIA

Las entidades a las cuales va dirigida la presente Directiva Presidencial deberán divulgar, ubicar y u
eventos, documentos, papelería, publicidad, impresos y proyectos de comunicación que comprome
imagen de Colombia en el exterior, para lo cual deberán seguir los lineamientos consignados en la
Presidencia de la República, que se anexa a la presente, con la coordinación y asesoría de la Geren
(info@procolombia.co) y la Consejería Presidencial para las Comunicaciones.

Cada entidad de la rama ejecutiva del orden nacional debe hacer seguimiento al cumplimiento de e
adicionales que considere pertinentes para hacer prevalecer la austeridad en el gasto público y los p
Administración Pública, de acuerdo con la Directiva Presidencial 09 de 2018.

La Consejería Presidencial para las Comunicaciones hará seguimiento, con el apoyo de las entidade
Directiva e implementará, en coordinación con el Director del Departamento Administrativo de la
adicionales que considere pertinentes para el logro de los objetivos propuestos.

IVÁN DUQUE MÁRQUEZ

Guía de sistema gráfico

Gobierno de Colombia

Bienvenida

Esta guía fue creada para dar a conocer cómo se aplica la imagen institucional del Gobierno de Col

Una imagen cordinada y entedible de cara al ciudadano va a ayudar a que los esfuerzos del cualqui
conjunto de Gobierno.

A través de un lenguaje visual consistente el Gobierno se está proyectando con más fortaleza, con u
permea en todos los aspectos de la vida del ciudadano.

Este guía ha sido diseñado para ayudarte a producir comunicaciones de gran impacto. Comunicacio
para todos.

Esperamos que este documento sirva como referencia para toda la comunicación que se produzca t
a partir de cada uno de sus organizamos.

En caso de cualquier consulta, por favor consultar sami.presidencia.gov.co

Para quién esta guía?

Esta guía debe simplificar la tarea de todos quienes generan piezas de comunicación para el Gobier

Archivos Digitales

Se entregan los archivos digitales correspondientes a los logotipos de todas las entidades de Gobier

Es muy importante que se trabaje con éstos a la hora de crear una pieza, ya que así se garantiza la c

En caso de necesitar algún logotipo que no esté disponible, por favor, contactarse con la persona en

Para acceder a los archivos digitales por favor consultar sami.presidencia.gov.co

Contenido

1. El futuro es de todos

Concepto
Pilares

2. La marca

Gobierno ele Colombia
Presidencia ele la República
Ministerios
Entidades Adscritas a la Presidencia
Normatividad

3. Cobranding

Ministerios / Entidades
Programas y políticas públicas
Organizaciones internacionales
Sector privado

4. Identificadores

Color
Tipografía
Ilustraciones
Fotografía

5. Aplicaciones visuales

Impresos
Digitales

1. El futuro es de todos

Concepto

Pilares

El futuro es de todos

El sistema gráfico que se presenta a continuación está inspirado en el concepto estratégico de marca

Todos los ministerios, departamentos administrativos y consejerías deberán regirse por el concepto

De esta manera aseguraremos una construcción transversal de marca.

Concepto

El futuro

EL futuro habla del territorio común de Los sueños, Los anhelos y los intereses de Los colombiano optimista de La realidad y genera movilización en torno a una idea.

Todos

En segundo Lugar, “todos” enfatiza que es hora de dejar la polarización, de pasar la página de un p para algunos y donde La falsa división entre amigos y enemigos de La paz, dejó a La mitad deL paí al progreso.

Cuando hablamos de “todos” no hay divisiones anacrónicas de derecha o izquierda sino un mismo todos Los ciudadanos.

Pilares

1. Juntos

Cada Ministerio y cada actividad o programa del Gobierno tiene que caminar en esta misma direcci fragmentar.

2. Optimismo

Cada campaña que demuestre algún avance debe ser la muestra de que el futuro es posible. Todos c el vaso medio lleno.

3. Construir

El tono deberá ser constructivo siempre. Colombia necesita soluciones y no agresiones. Invitar a ex no destructivo.

4. Consistencia

El Gobierno de Colombia es una marca. La consistencia es clave para asegurar la eficiencia en la c diversas instancias y consistencia en los próximos 4 años.

2. La marca

Gobierno de Colombia

Presidencia de la República

Ministerios

Entidades Adscritas a la Presidencia

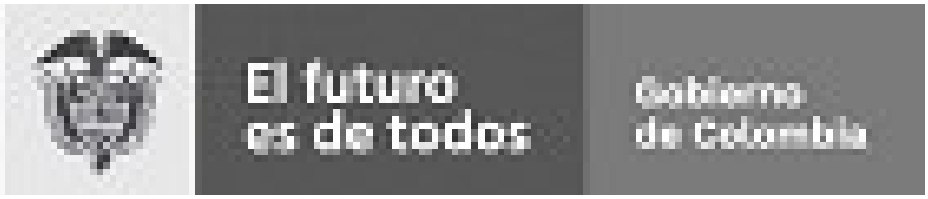
Normatividad

La marca

Conoce aquí eL sistema gráfico para todos Los Logos deL Gobierno de Colombia.

Para evitar errores siempre aplicar La marca a partir de un archivo digital original.

La marca



La aplicación precisa de los lineamientos de este guía asegura el correcto mantenimiento de la iden
los mensajes serán claros y consistentes., contribuyendo al éxito de la marca.

Logo Gobierno

EL Logo para el Gobierno de Colombia.

EL Logo está compuesto por tres elementos:

Escudo: EL símboLo que representa el espíritu de la marca. Símbolo patrio.

Aplicación Conceptual: La sombrilla de comunicación que se ajusta dependiendo de la entidad del

Entidad: La Entidad del Gobierno. Esto puede ser: Gobierno de Colombia, Presidencia de la Repub

(!) Para evitar incurrir en errores, se recomienda siempre aplicar La marca a partir de un archivo dig
digitales en sami.presidencia.gov.co

Logo Presidencia

El logo para la Presidencia de la República.

Se mantiene la aplicación conceptual

“El futuro es de todos”

Logo Ministerios

Un ejernpLo de aplicación de logo para los Ministerios del Gobierno. La aplicación conceptual can
todas las aplicaciones de las cabezas de sector por favor ver página 16.

Legalidad Equidad Emprendimiento

Normatividad

El logo del Gobierno es un conjunto de elementos y no podrá separarse en ninguna aplicación.

Área de Reserva

Cuanto más espacio exista alrededor de la marca, mayor será su impacto e importancia. Para asegu
comprometido, aquí se establece cuál es el espacio blanco mínimo o área de resguardo que se debe
se evitará que la marca se vea invadida por elementos que le son ajenos.

Mantener este espacio es esencial para preservar el valor de la marca. Esto se aplica también para t

Tamaño mínimo

Para facilitar la lectura y/o mantener la pregnancia de la marca, sus aplicaciones reducidas deben re
en la presente página.

1 cm - 100px

La dimensión más pequeña que se admite para la aplicación de la marca es de 1 cm y 100 pixeles d proporción horizontal.

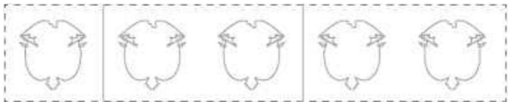
1 cm - 100px 

Imagen real

Uso incorrecto

La identidad visual del Gobierno de Colombia no deberá ser modificada en ningún caso. Por Lo tar establecen en cuanto al uso de la marca deberá ser muy cuidadosa. A modo de guía, aquí se present deben evitar con el fin de proteger la integridad de la marca.

Escala de grises

3. Co-Branding

Ministerios / Entidades

Programas y políticas públicas

Organizaciones internacionales

Sector privado

Co-Branding

Hay comunicaciones que requieren el uso de más de un logo.

En esta sección, podrás consultar cómo aplicar correctamente las marcas del Gobierno incluyendo l

Co-Branding

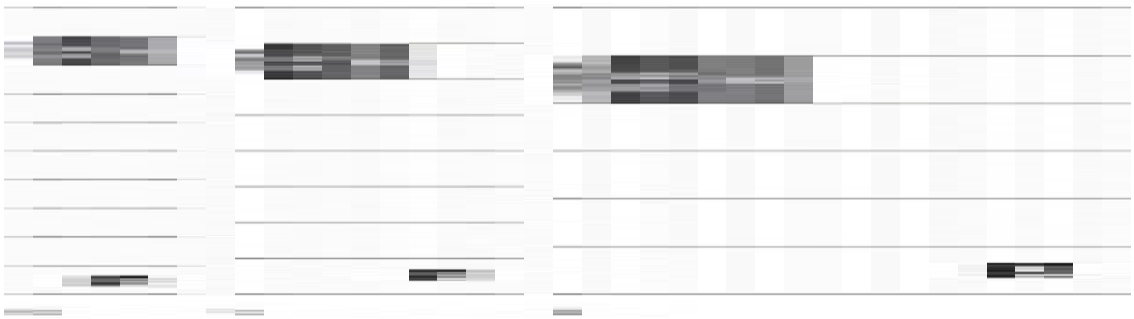
Ministerios / Entidades

Más de un Ministerio / Entidad = Gobierno de Colombia

Co-Branding

Entidades

Un Ministerio y una Entidad adscrita.



Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia

Proceso asociado: Gestión de Seguridad. Apoyo Logi'stico. Comunicación y Prensa. Código: G-SA

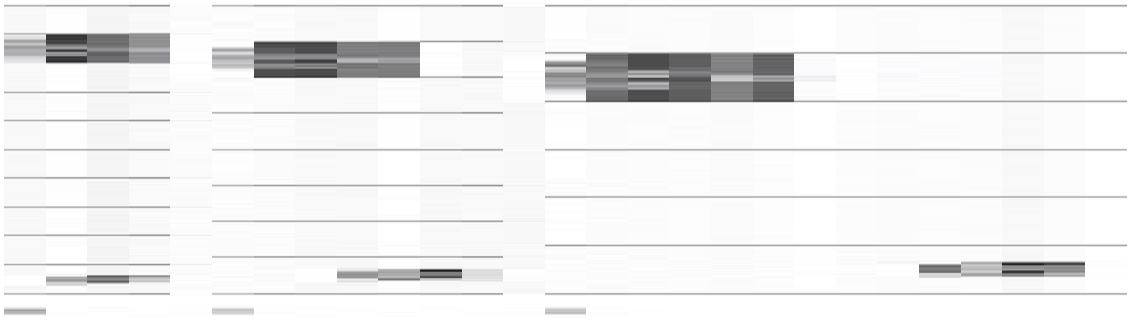
Nota

No es necesario utilizar el lenguaje gráfico, incluyendo colores tipografías e ilustraciones de la cate
entidad adscrita.

Co-Branding

Entidades

Un Ministerio y una o más Entidades adscritas al mismo Ministerio



Nota

No es necesario utilizar el lenguaje gráfico, incluyendo colores tipografías e ilustraciones de la cate
entidad adscrita.

Co-Branding

Entidades

Dos o más entidades adscritas a diferentes Ministerios. Usar logo Gobierno de Colombia

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia

Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logi'stico, Comunicación y Prensa. Código: G-SA

Co-Branding

Programas y políticas públicas

Un Programa o Política Pública y más de una entidad asociada al Programa o Política

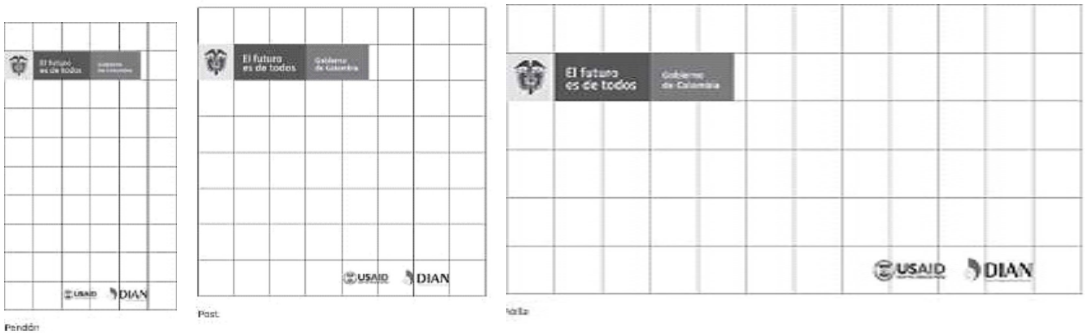
Nota

Si un programa o política pública está asociado a más de un ministerio el logo es Gobierno de Colc

Co-Branding

Organismos internacionales

Un organismo internacional y más de una entidad asociada = Gobierno de Colombia



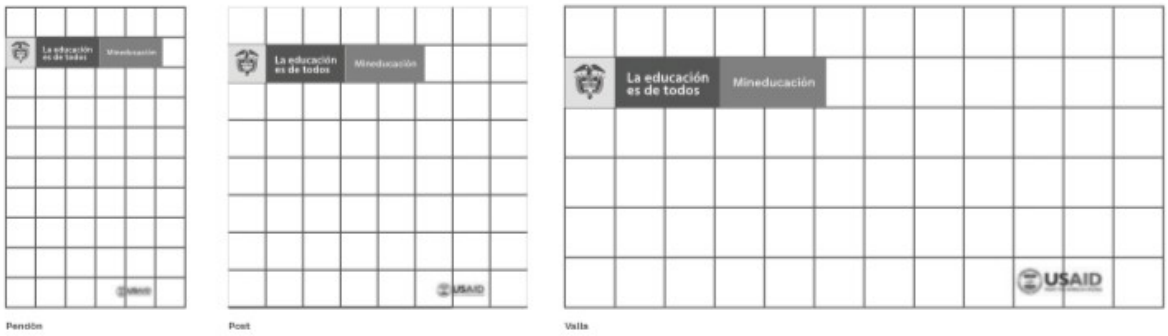
Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia

Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa. Código: G-SA

Co-Branding

Organismos internacionales

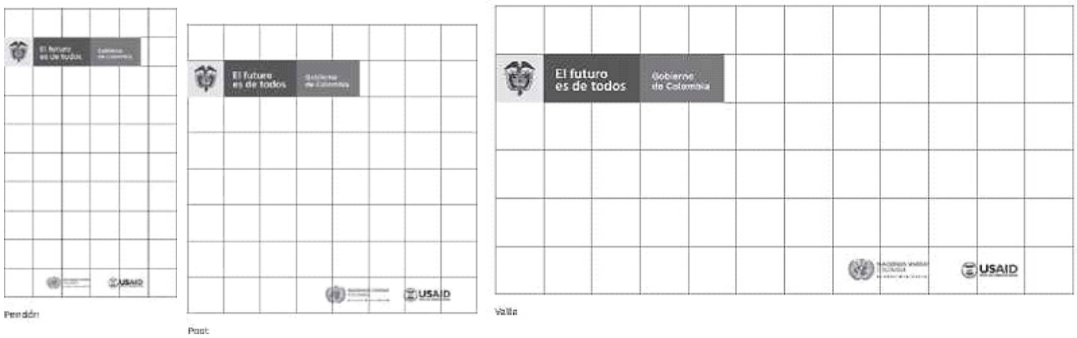
Un Ministerio y un organismo internacional



Co-Branding

Organismos internacionales

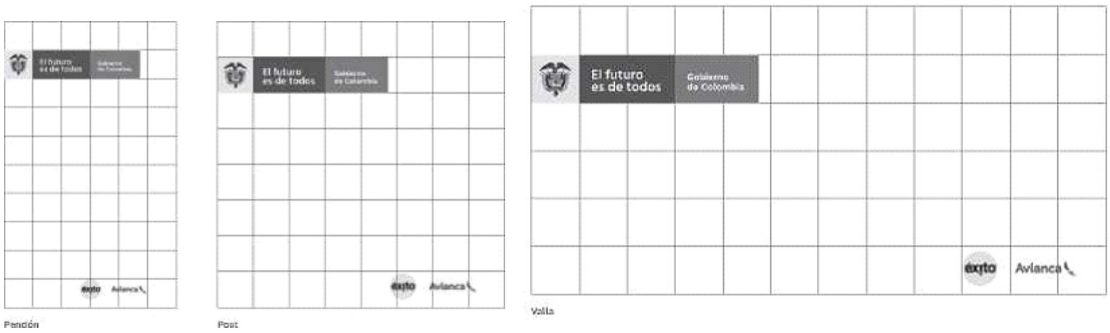
Más de un ministerio y dos o más organismos internacionales



Co-Branding

Sector privado

Una o mas empresas del sector privado y más de una entidad asociada = Gobierno de Colombia



Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia

Proceso asociado: Gestión de Seguridad. Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa. Código: G-SA

Marca País Colombia

Marca País Colombia busca unificar los esfuerzos del Gobierno Nacional, el sector privado y todos una imagen positiva y realista de nuestro país.

El verdadero propósito es compartir con el mundo lo mejor de Colombia, eso que permite compren invierten diariamente los colombianos en construir el país que soñamos, ideal para vivir y visitar.

En Marca País trabajamos por construir y compartir una imagen que reúna esos maravillosos atribu vibrante, colorido y fascinante. Te invitamos a descubrir y a contarle al mundo #Lo(viejorDeColon

Co-Branding
Con ministerios y entidades

Se usará el isologotipo de la Marca País en caso de ser una campaña que exalte el orgullo nacional y la colombianidad, o en su lugar, comunicaciones y eventos internacionales.

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia
Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa
Codigo: G-SA-01 / Version: 09

Página Web
Para los portales de cada ministerio y entidad se debe usar el ísologotípo de la marca país en el cab
Se puede considerar tenerlo en elfooter en dado caso que eL menú principaL sea muy extenso.

Piezasdigitales
Para piezas digitales que tengan logos de los ministerios y/o entidades que apoyan dichas actividad
recomienda incluir el logo de la Marca País en su diagramación. además, es recomendable el uso d
Hashtag #LoMeJorDeColomb!a en los leads de las publicaciones.

Cierres de video
Las cortinillas de cierre de video de los ministerios y entidades públicas deben animarse y cerrar de
siguiente manera:

Campañas y Comunicaciones propias
invitamos a usar el Isologotipo de la Marca País Colombia cuando desarrollen campañas y/o
comunicaciones especificas que exalten el orgullo nacional y la colombianidad o que esten enfocad
publico internacional

Eventos

Campañas Marca País Colombia

Cada año, Marca País Colombia desarrolla campañas de orgullo nacional y colombianidad como 20
aliado (urna de cristal) que saca la sinergia de gobierno. Los Ministerios y Entidades Públicas están
redes sociales haciendo uso de esta sinergia, utilizando los leadsy hashtags recomendados para logr
nacional.

Estas campañas están diseñadas para que todas las entidades puedan sumarse y dar su mensaje de c

Identidad y arquitectura de marca para el Gorbierno de Colombia

Proceso asociado: Gestión de Seguridad, Apoyo Logístico, Comunicación y Prensa Codigo: G-SA-

Nacionales

Para eventos nacionales donde se quiera exaltar a Colombia y/o los colombianos, invitamos a que l
la entrada del evento, cenefa del stand o en el lobby de registro en caso de ser un congreso o semina
Ministerio y/o entidad.

Internacionales

Para eventos internacionales, la Marca País deberá estar siempre presente y se recomienda que sea
evento, en la cenefa del stand o en lobby de registro en caso de ser un congreso o seminario, acomp
Colombia y/o entidad dentro del stand o backing principal.

4. Identificadores

Color

Tipografía

lustraciones

Fotografía

Identificadores

EL Lenguaje gráfico se construye a través de eLementos como La tipografía y eL coLor.

En esta sección se presenta cada eLemento para su uso correcto dentro deL sistema gráfico de La m

Arquitectura de color

El Gobierno de Colombia queda dividido en tres categorías: Legalidad, Equidad y Emprendimiento que lo representa.

El color principal sigue siendo el azul y podrá ser utilizado como co lo r co m p le m e ntario /t ra n Gobierno de Colombia.

Color logo

Colores principales

La identidad del Gobierno de Colombia se compone de tres colores especiales, que también pueden (CMYK). Estos colores pueden servir como elementos de identificación cuando sean usados de ma

(!) Para evitar errores de color se recomienda usar exclusivamente el pantone en material impreso.

Gobierno y Presidencia de Colombia

Azul Paleta de azules

Los nueve tonos de azul se pueden utilizar para Gobierno de Colombia y para la Presidencia de la R

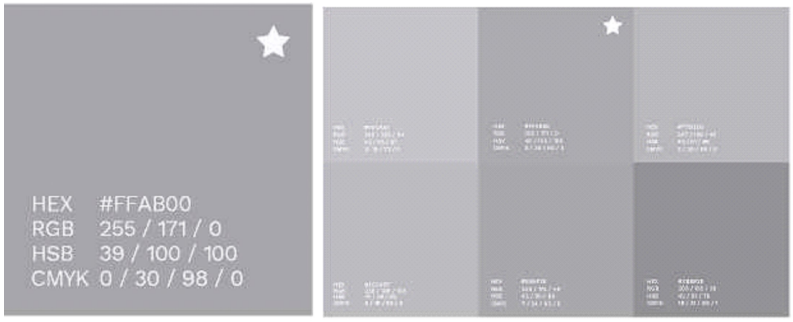
Legalidad

Amarillo Paleta de amarillos

Estos seis torios de amarillo pueden ser utilizados por las entidades de la categoría de legalidad. Re el amarillo marcado con una estrella.

Cancillería

Ministerio del Interior
Ministerio de Justicia
Ministerio de Defensa
Función pública



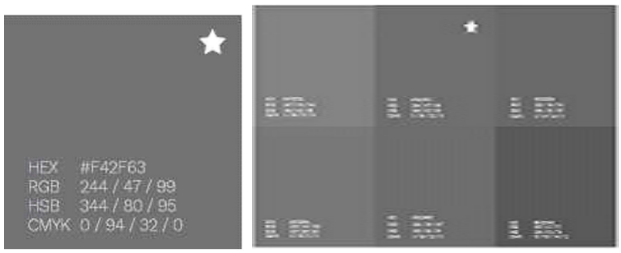
Equidad

Fucsia Paleta de fucsias

Estos seis tonos de fucsia pueden ser utilizados por las entidades de la categoría de equidad.

Recomendamos utilizar como color principal el fucsia marcado con una estrella.

Ministerio de Salud
Ministerio de Ambiente
Ministerio de Vivienda
Ministerio de Educación
Ministerio de Cultura
Ministerio de las TIC
DPS



Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia

Proceso asociado: Gestión de Seguridad. Apoyo LogjsBco. Comunicación y Prensa. Código: G-SA

Emprendimiento

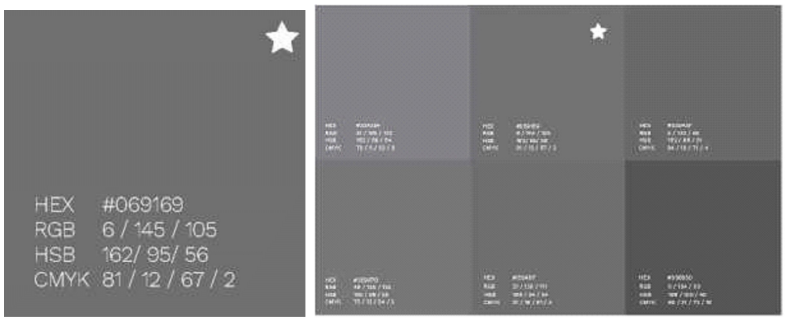
Verde Paleta de verdes

Estos seis tonos de verde pueden ser utilizados por las entidades de la categoría de emprendí miento

Recomendarnos utilizar corno color principal el verde marcado con una estrella.

Ministerio de Hacienda
Ministerio de Comercio
Ministerio de Minas y Energía
Ministerio de Transporte
Ministerio de Agricultura
Ministerio de Trabajo
DNP - Planeación Nacional

Colciencias
Coldeportes



Tipografía

La tipografía es un componente esencial de la identidad visual del Gobierno de Colombia. La tipog
variantes Light, Regular, Médium, y SemiBold.

La constante y consistente utilización de una misma familia tipográfica favorece el inmediato reco
Gobierno de Colombia.

La tipografía Work Sans es un Google Font que puede ser descargada desde samí.presídencía.gov.c

Tipografía color

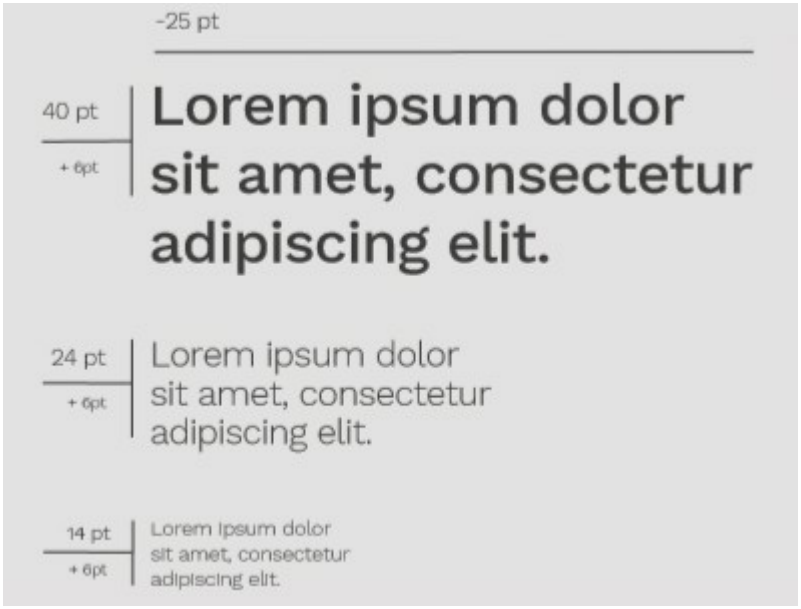
Aplicación tipográfica

Se presenta el uso de tipografía sobre distintos colores recordando que solo será blanco.

Interlineado

El interlineado es un elemento fundamental en la aplicacion tipografica dentro de una pieza de com lecturabilidad y genera consistencia entre todas las piezas.

Vert a la derecha las recomendaciones del interlineado.

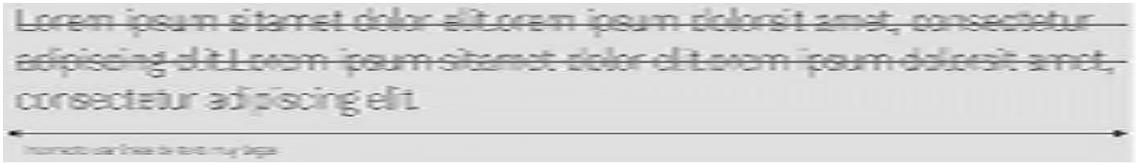


Tamaño minimo

Para asegurar legibilidad en todas nuestras piezas de comunicacion se sugiere un tamaño minimo d sugiere 10 pts.

Uso Incorrecto

Ver ejemplos a la derecha ele usos incorrectos tipográficos.



Ilustraciones

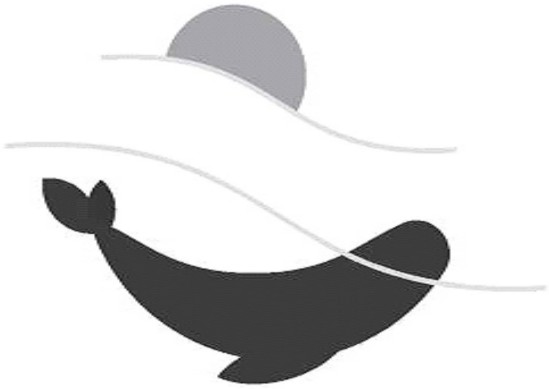
Todas las ilustraciones que se utilicen en las comunicaciones del Gobierno de Colombia deben ser

Siempre aplicar las ilustraciones a partir de un documento digital original.

Las ilustraciones deben ser usadas en situaciones puntuales donde el elemento vectorizado ayuda a

Siempre se recomienda utilizar la tipografía y la fotografía como elemento principal.

No queremos llenar la marca del Gobierno de Colombia de ilustraciones.



Fotografía

Las imágenes son un componente importante de nuestros materiales de comunicación. En general, (nuestra personalidad y visión de marca. Los temas de Las fotografías deben ser variados y fáciles d

Es importante comunicar un beneficio, más que mostrar un servido. Pueden usarse fotos de persona necesario enfatizar actitudes positivas, frescas y modernas; deben predominar Las personas sobre L

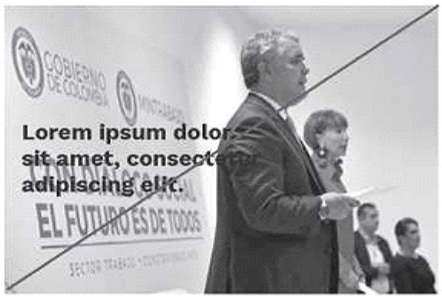
Debemos evitar Los clichés de La administración pública, Los clip arts, Las imágenes muy oscuras, imágenes que transmitan una emoción negativa u ofensiva.

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia

Proceso asociado: Gestión de Seguridad. Apoyo Logjstico, Comunicación y Prensa Código: G-SA-

Ajuste de encuadre

El encuadre es una herramienta que se puede utilizar para mejorar una fotografía. En ciertos casos e también da un mejor contexto.



(No poner textos encima de imágenes complejas. Esto puede afectar la legibilidad del contenido.)

(No utilizar imágenes negativas.)

Identidad y arquitectura de marca para el Gobierno de Colombia

Proceso asociado: Gestión de Seguridad. Apoyo Logjstico, Comunicación y Prensa Código: G-SA-

5. Aplicaciones visuales

Impresos

Digital

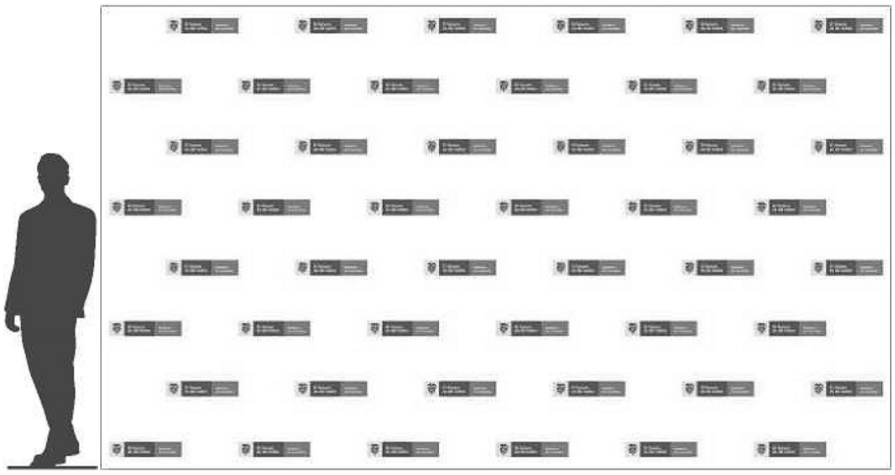
Aplicaciones visuales

A continuación unos ejemplos de piezas gráficas aplicadas.

Esta sección se puede usar como un referente de como se debe aplicar el sistema gráfico del Gobie

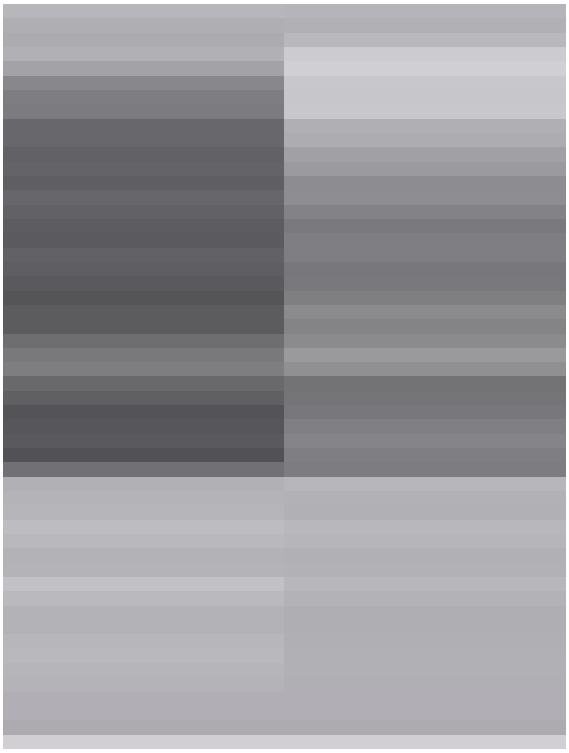
Vallas

Backing



Backing

Afiche



Afiche o Cartel publicitario

Cuando va mas de un ministerio o entidad se usa Logo de Gobierno y el color azul. No deben usar l

Afiche o Cartel publicitario

Pendón

Pendón

Membrete y sobre

Nota:

Cuando las comunicaciones son digitales usar azul, pero si son impresas en blanco y negro

Digital

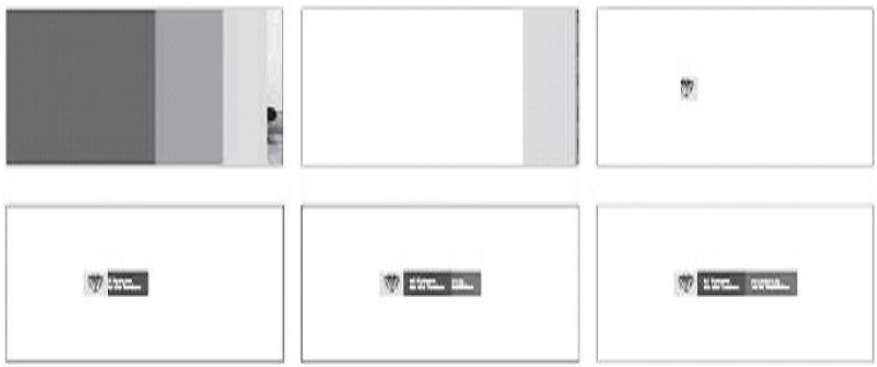
Ejemplos Post

1. Post

2. Post informativo solo texto

3. Carousel cuando el texto es muy largo

Cierre TV



Cierre TV Co-Branding

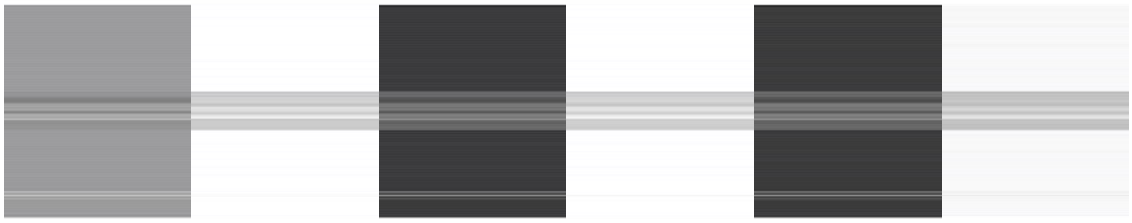
Un Ministerio y una entidad adscrita al mismo Ministerio

Nota: Solo en caso de no tener acceso a la tipografía Work Sans en las prestaciones ppt usar la tipo

Presentación PPT

Presentación PPT

Ministerios



Presentación PPT

Entidades Adscritas

Firma Email

Nombre y Apellido

nombre@institución.gov.co
t: 34456990 ext: XXX
D: Dirección física
www.institución.gov.co

Nombre y Apellido

nombre@¡nstituc¡ón.gov.co
t: 34456990 ext: XXX
D: Dirección física
www.institución.gov.co

Look & feel
home web

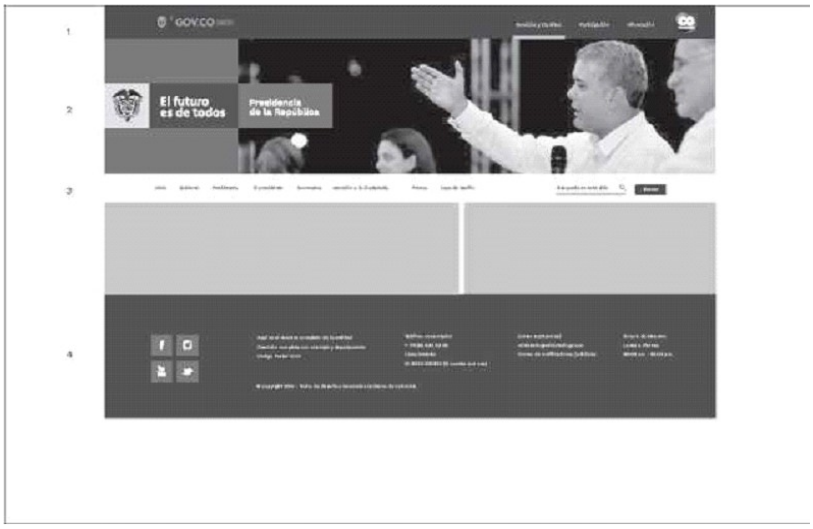
Ministerios y Departamentos Adminstriativos

1. Encabezado (header) con la marca gcv.co' y pata (footer) unificado para todas las entidades.

2. El banner de ingreso deberá una caja de color al cual representa su categoría y el logotipo.

3. Menú de navegación unifcado: tipografía worksans color azul y color de fondo blanco.

4. La pata (footer) será el mismo para todas las entidades. Contedrá la información solicitada en la línea., incluirá las redes sociales.



Look & feel
home web

Ministerios y Departamentos Adminstriativos

Las márgenes del sitio se unifican para mantener la diagramación y proporciones de todos los sitios

Cada entidad es dueña de sus contenidos y procesos de actualización.

Banner

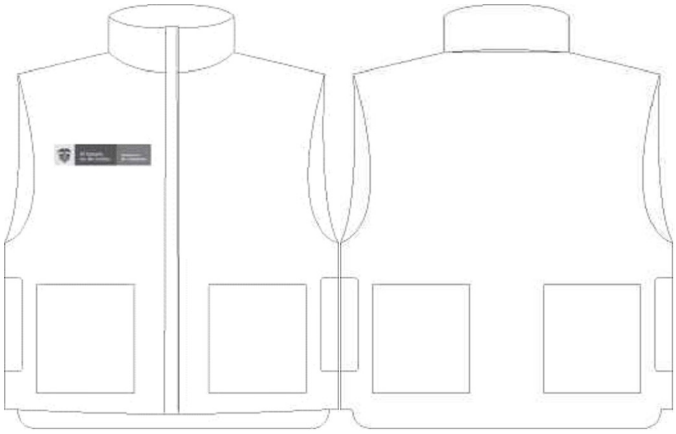
adscritas

Carnet

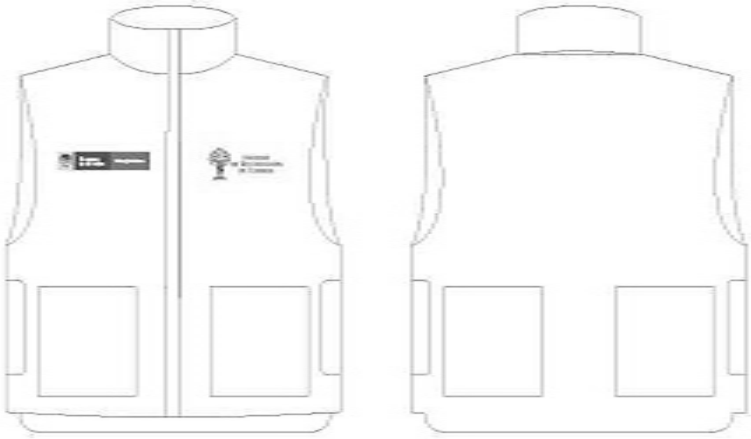
Chaleco

Bordado Imagen
Institucional:

Se recomienda utilizar máquinas electrónicas de bordado de 10 y 20 cabezas Urban, el escudo se bo
x 3cm.



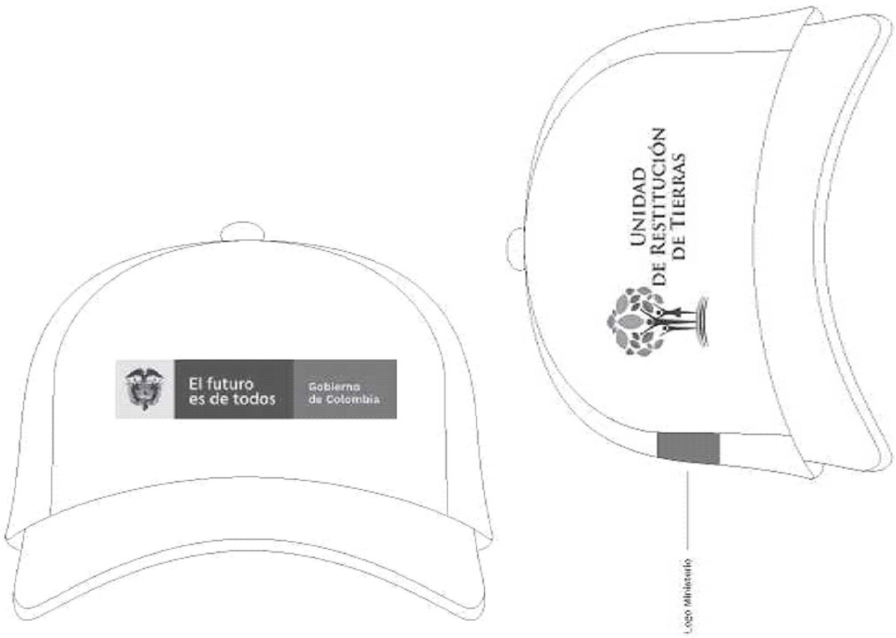
ChaLeco entidades adscritas



Camisas

Camisas entidades adscritas

Gorras



El futuro
es de todos
Gobierno
de Colombia

Plan de Comunicaciones

Descripción de la estrategia general de comunicaciones de la entidad:

Actividad	Fecha de inicio y fin de la actividad	Objetivo de comunicación	Público objetivo / audiencia a quien quiere impactar con esta actividad de comunicación	Relación de piezas con especificaciones técnicas y cantidades			Presupuesto de P... de cada p...	
[illegible]	Escriba la fecha en la que inicia [illegible] y la fecha en la que debe terminar	Describa el objetivo de comunicación que se tiene con esta actividad	Describa el público objetivo a quien quiere llegar con esta acción de comunicación	[illegible]			[illegible]	
				Pieza de comunicación	Especificaciones	Cantidad	Pieza de comunicación	[illegible]
				Escriba el nombre de cada pieza. Ej: Pendón, Ej: Video	[illegible]	Cantidad de unidades a reproducir	Escriba el nombre de cada pieza. Ej: Pendón, Ej: Video	
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								

NOTAS AL FINAL:

2. Offline y online

3. Story board (en caso de TV)

Disposiciones analizadas por Avance Jurídico Casa Editorial Ltda.
Compilación Juridica MINTIC
n.d.
Última actualización: 31 de mayo de 2024 - (Diario Oficial No. 52.755 - 13 de mayo de 2024)

logo