



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Política de Comunicación Organizacional

Código:	E-DE-POL-001
Fecha de aprobación:	29/03/2021
Versión:	1.0
Página:	2 de 14

1. OBJETIVO

Establecer lineamientos y criterios empresariales que brinden una gestión eficaz y eficiente de la comunicación Organizacional, mejorando la relación con los grupos de valor, que aporten a una cultura de comunicación, facilitando la toma de decisiones y así contribuir al cumplimiento del Direccionamiento Estratégico en el marco de la transparencia.

2. ALCANCE

La Política de Comunicación Organizacional abarca todos los procesos de la Empresa y demás acciones que se generen para aportar al cumplimiento del Direccionamiento Estratégico. Inicia desde la identificación de las necesidades de comunicación de cada uno de los procesos, la definición de los grupos de valor, los canales de comunicación y termina con el seguimiento y la evaluación de su eficacia.

3. DEFINICIONES

Comunicación: Es el proceso de transmitir ideas o símbolos que tienen el mismo significado para dos o más personas que intervienen en una interacción.

Comunicación organizacional: La comunicación organizacional es un factor clave en la construcción de un clima organizacional; en la constitución del flujo interno y externo de la información, lo cual implica: El intercambio con el público consumidor, el acompañamiento de la gestión y administración permitiendo la evaluación interna y la corrección a tiempo, la coordinación de las diversas partes de la organización para lograr resultados óptimos y la proyección de una imagen controlada de la organización, de acuerdo a sus estrategias de promoción o publicidad.

Comunicación ascendente: Aquella que se realiza con los directivos o superiores, con el fin de dar a conocer el panorama general que se vive al interior de la organización, especialmente lo que acontece en los sitios de trabajo. Esta información debe ser detallada, específica y propositiva.

Comunicación descendente: Es la comunicación emitida desde la alta dirección nacional), las Organizaciones No Gubernamentales, accionistas y demás grupos de interés para consensuar acuerdos orientados a la sostenibilidad.

Comunicación Horizontal: Esta sucede, entre personas del mismo nivel jerárquico. Ayuda en la comprensión entre pares y hace posible que el equipo una esfuerzos. Además, satisface necesidades como inclusión, control y afecto. Las principales funciones de este flujo de

11/11/21



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Política de Comunicación Organizacional

Código:	E-DE-POL-001
Fecha de aprobación:	29/03/2021
Versión:	1.0
Página:	3 de 14

comunicación son: facilitar la coordinación de tareas permitiendo a los miembros establecer relaciones interpersonales efectivas; proporcionar a un empleado un medio para compartir información relevante de la empresa.

Comunicación Transversal: Se identifica como el flujo de información que atraviesa todas las instancias y flujos (ascendentes, descendentes y horizontales) de la empresa, sin la distinción de niveles jerárquicos. Generalmente se encuentra en organizaciones más modernas, descentralizadas y flexibles, con una gestión más participativa e integrada. Este tipo de flujo crea el ambiente necesario para que los empleados puedan participar en diferentes áreas y lograr un mayor nivel de interacción

Comunicación corporativa: Es el conjunto de acciones de comunicación que la organización transmite a sus diferentes grupos de interés. La Comunicación Corporativa debe fundamentarse en una estrategia de comunicación y se caracteriza por ser dinámica, planificada, concreta y sujeta a una retroalimentación constante.

Comunicación externa: Es la comunicación dirigida a los grupos de interés externos, cuyo propósito es promover la reputación y el relacionamiento, a partir de las características, actividades, productos, resultados y servicios del Grupo y de cada empresa.

Comunicación inmediata: Transmisión de la información al público de interés de manera rápida y concreta logrando una transferencia efectiva de la información.

Comunicación interna: Es la comunicación que se genera al interior de cada organización y tiene como propósito la difusión del direccionamiento estratégico, cultura corporativa y el mantenimiento de las buenas relaciones entre sus colaboradores.

Difusión: Alcance al que llega la transmisión de un mensaje.

Divulgación: Ejercicio de poner al alcance de determinadas audiencias un determinado mensaje.

Estrategia de comunicación: Es un curso de acción establecido de forma anticipada con la finalidad de lograr una percepción acorde con los objetivos estratégicos

Medios de comunicación: Son una de las herramientas por medio de la cual se ejecuta el proceso comunicativo entre diferentes instancias. Representan un canal eficaz para informar a todos los públicos los mensajes de la estrategia de comunicación.

Mensaje: Es la idea central que se requiere enviar a las distintas audiencias. De su adecuada y eficiente divulgación depende, en gran parte, el éxito de una estrategia de comunicaciones.

Canales: Soportes físicos o tecnológicos necesarios para que el mensaje transite del emisor al receptor.

9 4/21



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Política de Comunicación Organizacional

Código:	E-DE-POL-001
Fecha de aprobación:	29/03/2021
Versión:	1.0
Página:	4 de 14

Cobertura: Actividad mediante la cual se recoge información a través de medios técnicos y humanos para fines de difusión. También se considera cobertura la publicación en los medios de - comunicación de informaciones sobre la institución.

Grupos de interés: Grupos de personas que inciden directa o indirectamente en la imagen y en la reputación de la Institución, consiguiendo un impulso o un freno al desarrollo de estas. En este documento también se denominan públicos de interés o públicos interesados.

Medios de comunicación: Canales que permiten o facilitan la comunicación/difusión de informaciones relacionadas con la institución hacia sus públicos de interés y de éstos con la empresa

Noticia: Hecho novedoso sobre la institución, su quehacer o sus integrantes de interés para sus públicos de interés.

Prensa: Medios de comunicación masiva (radio/tv/prensa escrita en formato de entrega físico o digital) cuyos contenidos informan, entretienen y educan a las audiencias, generando opinión pública. También se utiliza este término para referirse a los periodistas que trabajan en los medios de comunicación.

Redes sociales: En este contexto el término "redes sociales" o "medios sociales" se utiliza para señalar a las plataformas de la web diseñadas para albergar comunidades virtuales de individuos interconectados que comparten contenido, información, archivos, fotos, audios, videos, etc. Las redes sociales corporativas o espacios institucionales son aquellas o aquellos gestionados directamente como medios de comunicación oficial.

Gestión: actividades encaminadas para dirigir y controlar un producto, servicio, proceso, sistema, recursos, etc.

Seguimiento: Corresponde a las actividades de verificación del cumplimiento a los planes de acción.

Matriz de comunicaciones: La Matriz de Comunicación es una herramienta de evaluación diseñada para determinar con exactitud cómo se comunica un individuo y para proporcionar un marco conceptual para determinar objetivos de comunicación lógicos.

ITA: Es un indicador sintético de pesos preestablecidos, se alimenta de un formulario de auto diligenciamiento compuesto de una serie de preguntas agrupadas en subcategorías, que a su vez se agrupan en categorías y éstas en dimensiones, las cuales describen el cumplimiento del sujeto frente a las obligaciones de Ley 1712 de 2014.

Plan de comunicación: Un plan de comunicación es una hoja de ruta donde se plasma la forma en la que una empresa va a comunicarse con su público y cuándo. En él se establecen de forma clara los objetivos de comunicación que se quieren alcanzar. Además, facilita un orden de las tareas y acciones que se realizarán.



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Política de Comunicación Organizacional

Código:	E-DE-POL-001
Fecha de aprobación:	29/03/2021
Versión:	1.0
Página:	6 de 14

4.2. COMUNICACIÓN EXTERNA

- a) Información disponible en lenguaje claro y sencillo para ofrecer a los ciudadanos con claras condiciones de tiempo, modo y lugar en las que podrán solucionar sus inquietudes y gestionar sus trámites.
- b) Canales de comunicación identificados y apropiados donde se difunde información sobre las políticas, el Direccionamiento Estratégico, la planeación y los resultados de gestión de la empresa, promoviendo la transparencia en la gestión y la integridad de los colaboradores.
- c) Canales de comunicación identificados y apropiados a través de los cuales se transmite información de interés a los grupos de valor de la empresa, promoviendo la transparencia en la gestión y la integridad de los colaboradores.

4.3. COMUNICACIÓN GENERAL

- a) Sistema de información documentado, que permite monitorear periódicamente la gestión de la empresa y realizar los ajustes necesarios, para alcanzar los resultados esperados.
- b) Información considerada como un activo de la empresa para la generación de conocimiento.
- c) Información disponible, íntegra y confiable para el análisis, la identificación de causas, la generación de acciones de mejora y la toma de decisiones.
- d) Mejoramiento en los procesos de gestión de la empresa como resultado de la producción y análisis de la información.
- e) Información segura que no se afecta durante los procesos de producción, análisis, transmisión, publicación y conservación.
- f) La información que se soporta en el uso de las TIC, se genera, procesa y transmite de manera segura, garantizando su disponibilidad, integridad y veracidad.
- g) Mejora en los canales de información internos y externos, como resultado de la evaluación de la efectividad de estos.
- h) El desarrollo de una estrategia de comunicación y de sistemas de gestión, procesos, procedimientos, protocolos y demás herramientas que garanticen la implementación de la presente política, de acuerdo con sus particularidades.
- i) Establecimiento en toda estrategia y planes de comunicación, de mensajes alineados con los objetivos estratégicos, que se hacen extensivos a los diferentes grupos de interés.
- j) Estimulación del diálogo y la participación positiva que sea pertinente con las comunidades, las autoridades estatales, las Organizaciones no Gubernamentales, Accionistas, gremios y demás grupos de interés.
- k) Asegurar que la comunicación sea descendente, ascendente, horizontal,

11/11/21



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Política de Comunicación Organizacional

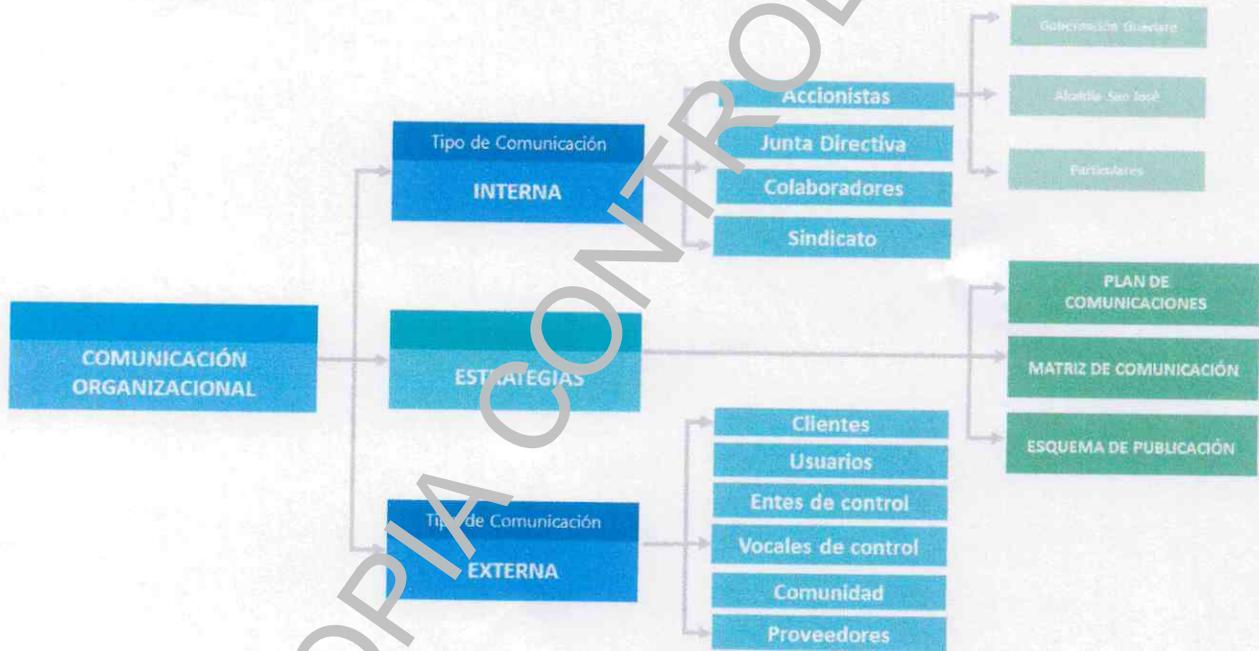
Código:	E-DE-POL-001
Fecha de aprobación:	29/03/2021
Versión:	1.0
Página:	7 de 14

transversal, participativa, dialogante, evolutiva y flexible, clara y precisa, inmediata, permanente y coordinada.

5. DESARROLLO DE LA POLITICA

5.1. ESTRUCTURA DE LA POLITICA DE COMUNICACIÓN

A continuación, se diagraman los componentes de la política de comunicación organizacional.



5.2. RESPONSABILIDADES

ROL	RESPONSABILIDADES
Líder de la política de comunicación organizacional	<ul style="list-style-type: none"> • Promover la comunicación organización en el marco de la asertividad, eficacia, oportunidad y transparencia • Revisar los cambios en el Direccionamiento Estratégico o en el entorno identificados por la alta dirección, y cómo estos pueden generar cambios organizacionales, que se deben fortalecer con estrategias de comunicaciones. • Autoevaluar el plan de comunicaciones trimestralmente • Establecer los criterios de confidencialidad para el manejo de

Handwritten signature or initials.



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Política de Comunicación Organizacional

Código:	E-DE-POL-001
Fecha de aprobación:	29/03/2021
Versión:	1.0
Página:	8 de 14

	<p>la comunicación y de la información al interior de La Empresa de Energía Eléctrica del departamento del Guaviare.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Identificar las necesidades Comunicacionales internas y externas de la empresa. • Definir y diseñar los controles para el cumplimiento de la Política de Comunicación Organizacional de ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. • A partir de la política de Comunicación Organizacional, establecer las responsabilidades para la generación de información por parte de cada uno de los procesos y procedimientos. • Revisar que las actividades de control de sus procesos se encuentren documentadas y actualizadas en los procedimientos.
Dirección de Planeación	<ul style="list-style-type: none"> • Apoyar en la definición a nivel estructural de la presente política. • Apoyar al líder de la política en la presentación para su aprobación ante el Comité de Gestión y Control – CGC. • Revisar la articulación de la política con el Direccionamiento Estratégico. • Definir método para el seguimiento, medición y análisis de la política.
Alta Dirección	<ul style="list-style-type: none"> • Establecer objetivos institucionales alineados con el propósito fundamental, metas y estrategias de la empresa enfocada al Direccionamiento Estratégico de Comunicación de ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. • Establecer, aprobar y difundir la Política de Comunicación Organizacional de ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. • Hacer seguimiento - Comité de Gestión y Control - a la ejecución del Plan de Comunicaciones de ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. • Socializar los cambios en el Direccionamiento Estratégico o en el entorno y cómo estos pueden generar cambios organizacionales, que se deben fortalecer con estrategias de comunicaciones. • Gestionar los recursos para la implementación, mantenimiento y mejora de la presente política.
Líderes de procesos y procedimientos	<ul style="list-style-type: none"> • Aplicar la política de comunicación organizacional e informar al líder de la política si existen oportunidades de mejora para esta.
Oficina de Control Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Evaluar la eficacia de la política de comunicación organizacional.

1/4/21

	DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	Código:	E-DE-POL-001
		Fecha de aprobación:	29/03/2021
	Política de Comunicación Organizacional	Versión:	1.0
		Página:	9 de 14

	<ul style="list-style-type: none"> • Emitir conceptos de advertencia en el caso de su incumplimiento. • Hacer seguimiento al nivel de cumplimiento de la política por parte de los procesos (primera línea de defensa). • Recomendar mejoras a la política de comunicación organizacional. • Identificar y evaluar cambios que podrían tener un impacto significativo en el componente de información y comunicación del Sistema de Control Interno.
--	--

5.3. OPERATIVIDAD DE LA POLITICA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

Con el fin facilitar la implementación y mantenimiento de la política, se describen a continuación las estrategias que la operativizan:

5.3.1. PLAN DE COMUNICACIÓN

La Empresa de Energía Eléctrica del departamento del Guaviare formulará anualmente un Plan de Comunicación, donde se establecerá las acciones necesarias para fortalecer el flujo de información, con los grupos de valor de la empresa.

- a) La Empresa de Energía Eléctrica del departamento del Guaviare tendrá un Plan de Comunicaciones en términos de selección de medios y acciones comunicativas.
- b) El Plan de Comunicación, estará enfocado fundamentalmente en la entrega efectiva de la información a los diferentes Grupos de Valor.
- c) El Plan de Comunicaciones, deberá establecer El Esquema de publicaciones de ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. el cual visibiliza y establece toda la información que debe estar publicada en el sitio web www.energuaviare.com, para conocimiento y acceso público, describiendo entre otras características el formato del documento, su frecuencia de actualización, y el área o dependencia responsable de su producción y actualización.
- d) La Matriz de Comunicaciones de ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. será un componente principal del Plan de Comunicaciones de la empresa, con el objetivo de establecer las comunicaciones internas y externas concernientes al Sistema Integrado de ENERGUAVIARE S.A. E.S.P.

[Handwritten signature]



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Política de Comunicación Organizacional

Código: E-DE-POL-001

Fecha de aprobación: 29/03/2021

Versión: 1.0

Página: 10 de 14

5.3.2. IMAGEN CORPORATIVA

ENERGUAVIARE S.A. E.S.P, debe de posicionar estratégicamente su imagen corporativa, como líder en la prestación del servicio de fluido eléctrico domiciliario, con calidad, eficacia y eficiencia.

- a) La comunicación en la Empresa de Energía Eléctrica del Departamento del Guaviare, será de carácter estratégico, orientado a la construcción de identidad y la proyección de la imagen corporativa.
- b) Se deberá establecer el Manual de Imagen Corporativa, norma que debe cumplir contratistas y trabajadores.
- c) Se deberán diseñar y ejecutar campañas de fortalecimiento de la Imagen Corporativa, para generar sentido de pertenencia en los Grupos de Valor.
- d) En caso de cambio de nueva Imagen corporativa se deberá contar con (6) seis meses anticipados al lanzamiento de esta, para elaborar la respectiva planeación y estrategias de divulgación, mediante estrategias publicitarias.
- e) Si en la ejecución de un contrato se requiere piezas comunicativas, dichos productos se ceñirán a las directrices establecidas en el Manual de Imagen Corporativa.

5.3.3. GRUPOS DE VALOR

GRUPO DE VALOR	DESCRIPCIÓN
ACCIONISTAS	Satisfacción en términos del cumplimiento de los objetivos de la empresa.
PROVEEDORES	Implementar una relación de mutuo respeto, dando a conocer el reglamento interno de Contratación y el manual de imagen corporativa.
USUARIOS ACTIVOS	Tener en cuenta los PQR y demás eventos, para fortalecer la información, por los medios de comunicación junto con campañas publicitarias, para incentivar el pago oportuno y demás políticas corporativas.
NUEVOS USUARIOS	Informar lo necesario para que éste genere confianza hacia La Empresa
TRABAJADORES	Generar espacios de Participación para fortalecer la formación conceptual y mejorar el clima organizacional en la empresa
ORGANISMOS DE CONTROL Y VIGILANCIA	De acuerdo a la normatividad, se debe Suministrar oportunamente la información que exige la ley y así implementar los Planes de Mejoramiento.

Handwritten signature or initials.



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Política de Comunicación Organizacional

Código:	E-DE-POL-001
Fecha de aprobación:	29/03/2021
Versión:	1.0
Página:	11 de 14

ORGANISMOS DE REGULACIÓN	La empresa se compromete a respetar y acatar las decisiones tomadas por estos organismos, contribuyendo a la formulación de la normatividad del sector
COMUNIDAD	ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. a través de su plan de comunicación, generará estrategias que promuevan el sentido de pertenencia y el fortalecimiento de la imagen corporativa
VOCALES DE CONTROL SOCIAL	son los representantes de los usuarios de los servicios públicos domiciliarios frente a las empresas prestadoras, entes territoriales y otras empresas del sector

- a) Todos los trabajadores de ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. propenderán por el diálogo, la transparencia y la visibilidad de sus actuaciones en la empresa. La comunicación de ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. con los usuarios y comunidad en general, se hará siempre en el marco del Código de integridad.
- b) La Empresa de Energía Eléctrica del departamento del Guaviare dispondrá de mecanismos para escuchar y recepcionar en forma oportuna y sistemática los requerimientos y necesidades de los clientes y adoptar las medidas pertinentes, de acuerdo con sus competencias y recursos.
- c) ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. adoptará los mecanismos comunicativos pertinentes para informar periódica y sistemáticamente a la ciudadanía sobre sus actuaciones y los resultados obtenidos de la gestión.
- d) En la página Web www.energuaviare.com se publicará todo lo relacionado con los planes, programas y proyectos de ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. para que la comunidad pueda consultar, dando cumplimiento con los principios de publicidad y transparencia. La empresa de Energía Eléctrica del Departamento de Guaviare dará cumplimiento a lo estipulado en el Artículo 125 de la Ley 142 de 1994.
- e) Como empresa prestadora de servicio Público domiciliario, se brindará la información pertinente al usuario según lo establecido en el artículo 9 de la ley 142.

5.3.4. VOCERÍA

La Empresa de Energía Eléctrica del departamento del Guaviare, contará con voceros estratégicos, para atender los diferentes temas inherentes a la prestación del servicio.

- a) El vocero de ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. será el Gerente o a quien este delegue.

17/03/21



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Política de Comunicación Organizacional

Código:	E-DE-POL-001
Fecha de aprobación:	29/03/2021
Versión:	1.0
Página:	13 de 14

ENERGUAVIARE S.A. E.S.P.

- Programas radiales Corporativos.

5.3.6. MEDIOS DE COMUNICACIÓN

La relación de La Empresa de Energía Eléctrica del departamento del Guaviare con los medios de comunicación tendrá objetividad y estará basada en principios de veracidad, libertad y publicidad.

- a) La relación de ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. con los medios de comunicación será objetiva y se dará en un marco de respeto por su libertad de expresión y autonomía.
- b) Se buscará establecer una relación de confianza con los medios, centrada en la crítica objetiva por parte de éstos y en la escucha y receptividad por parte de la empresa.
- c) Se establecerán relaciones con los medios de comunicación, utilizando FREE PRESS (manejo libre de medios) como instrumento para garantizar la presencia permanente y positiva de la empresa en los medios.

5.4. SANCIÓN POR VIOLACIÓN O INCUMPLIMIENTO DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN

La violación de las políticas aquí expuestas será llevada a discusión a la Alta Dirección, que establecerá las sanciones pertinentes que podrán ir desde un llamado verbal de atención hasta el retiro de la organización.

- a) El contenido del documento de la política y estrategia de Comunicación de la empresa, es de obligatoria aplicación y cumplimiento por parte de los trabajadores y contratistas de ENERGUAVIARE S.A. E.S.P.
- b) El incumplimiento de lo dispuesto en el artículo primero será sancionado de conformidad con lo establecido en Reglamento Interno de trabajo.
- c) La presente Política, rige a partir de la fecha de su publicación en la cartelera de Información ENERGUAVIARE S.A. E.S.P.

17/03/21



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Política de Comunicación Organizacional

Código:	E-DE-POL-001
Fecha de aprobación:	29/03/2021
Versión:	1.0
Página:	12 de 14

- b) Quien actúe como vocero de la empresa, se regirá por los lineamientos establecidos por la Gerencia.
- c) Ante los medios de comunicación se dejará claro quiénes son los voceros de la empresa.
- d) Ningún trabajador podrá referirse a un tema distinto del cual se designó como vocero oficial.
- e) Ningún trabajador podrá ser emisario o portavoz ante los medios de comunicación y comunidad en general sin la autorización del Gerente.
- f) En el momento de presentarse una crisis comunicacional, el Gerente será el único vocero oficial, o a quien este delegue, para rendir declaraciones. El profesional de Comunicaciones presta acompañamiento en el manejo de este.

5.3.5. CANALES DE COMUNICACIÓN

ENERGUAVIARE S.A. E.S.P. reconoce que, para lograr un efectivo flujo de información, se requiere definir los Canales de Comunicación, los cuales son el medio por el cual se lleva a cabo un acto comunicativo, entre un emisor y uno o varios receptores.

a) Canales de Comunicación Interna

Los canales de comunicación interna garantizan la divulgación de información en los Grupos de Valor internos, como los trabajadores y contratistas.

- Reuniones
- Chat Corporativo
- Video Conferencias
- Correos Corporativos
- Circulares
- Actos de Gerencia

b) Canales de Comunicación Externa

Los canales de Comunicación externos permiten direccionar y emitir la información a los Grupos de Valor externos, como usuarios y vocales de control.

- Sitio web www.energuaviare.com
- Redes Sociales (Facebook, Instagram, Twitter y You Tube) oficiales de

17/03/21



DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Política de Comunicación Organizacional

Código:	E-DE-POL-001
Fecha de aprobación:	29/03/2021
Versión:	1.0
Página:	14 de 14

5.5. SOCIALIZACIÓN, SEGUIMIENTO, MEDICION Y EVALUACION DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

5.5.1. SOCIALIZACIÓN

La política de comunicación organizacional será dada a conocer a los diferentes grupos de valor a través de medios (según aplique) como: Página web, reuniones, comités, carteleras, entre otros.

5.5.2. SEGUIMIENTO, MEDICIÓN Y EVALUACIÓN DE LA POLÍTICA

Como parte de la mejora de la política, se hace necesario que se definan los mecanismos para el seguimiento, la medición y la evaluación del nivel de cumplimiento de la política, en este orden de ideas se define lo siguiente:

ACTIVIDAD	METODO	RESPONSABLE
Seguimiento	Autoevaluación trimestral realizando seguimiento a los indicadores de comunicaciones	Líder de la política (Profesional 02 Comunicaciones)
Medición	Autoevaluación empresarial, analizando los resultados de los indicadores reportados por la líder de la política	Dirección empresarial
Evaluación de la Política	Auditorias	Oficina de Control Interno

6. CONTROL DE CAMBIOS

CONTROL DE CAMBIOS			
VERSIÓN N°	FECHA DE APROBACIÓN	DESCRIPCIÓN DEL CAMBIO	FUENTE DE VERIFICACIÓN
1.0	29/03/2021	Creación del documento	Acto de gerencia N° 070 DEL 29/03/2021

	ELABORÓ	REVISÓ	APROBÓ
FIRMA			
NOMBRE	Nayibe Quevedo Bernal	Marlon Yohan López Sánchez	Dyewiskey Mosquera Palacios
CARGO	Profesional 02 Comunicaciones	Director de Planeación	Gerente
FECHA	15/12/2020	22/12/2020	29/03/2021