



Procedimiento

Comunicación externa



Contenido

1.	Objetivo	2
2.	Alcance	2
3.	Productos esperados	2
4.	Condiciones especiales del procedimiento.....	3
5.	Términos y definiciones	6
6.	Definición del procedimiento.....	7
7.	Controles asociados a la gestión del riesgo	16
8.	Documento referente.....	17
9.	Datos de elaboración y control de cambios	17

1. Objetivo

Definir, planificar y gestionar la comunicación externa de la Unidad, abarcando la producción y difusión de contenidos estratégicos, el diseño de piezas comunicacionales, el cubrimiento institucional de eventos, la atención a medios y la preparación de presentaciones de alto nivel, con el fin de orientar la difusión clara, coherente y oportuna de la información relacionada con la labor técnica y regulatoria de la Unidad, mediante el uso articulado de estrategias, lineamientos y canales institucionales que fortalezcan su visibilidad, posicionen sus avances ante los grupos de valor y consoliden una relación transparente, accesible y efectiva con la ciudadanía.

2. Alcance

El procedimiento inicia con la planificación y validación de los contenidos relacionados con la gestión técnica y misional de la Unidad. Estos contenidos se organizan mediante campañas y parrillas de contenido, en las cuales se definen el mensaje, el formato en que será desarrollado y los canales o redes sociales donde se publicará. Posteriormente, se realiza la producción de las piezas, videos y animaciones, una vez cuenten con la aprobación correspondiente por parte de las áreas misionales.

Cuando se requiere cubrimiento de eventos, se estructura el contenido de las presentaciones, se elaboran los boletines de prensa y se remiten a los medios de comunicación. Asimismo, se preparan los mensajes para redes sociales y se realizan las fotografías y el material audiovisual necesario. Todas estas acciones se desarrollan con la correspondiente aprobación de la alta dirección.

De manera complementaria, el procedimiento incorpora la elaboración periódica de informes de redes sociales, mediante los cuales se analizan los resultados de las publicaciones, el alcance obtenido, la interacción de las audiencias y el desempeño de los distintos formatos. Este seguimiento permite identificar qué contenidos funcionan mejor, cuáles requieren ajustes y qué oportunidades de mejora existen para optimizar la comunicación digital de la Unidad, asegurando así una gestión más efectiva y alineada con los objetivos institucionales.

3. Productos esperados

Los productos esperados en el proceso son:

- Creación de una estrategia de comunicación alineada con los objetivos estratégicos de la entidad, a partir de la cual se desarrollan las campañas y las parrillas de contenido correspondientes.
- Desarrollo de contenidos institucionales en formatos como piezas gráficas, videos y animaciones, conforme a la parrilla de contenidos y para su publicación en los canales institucionales de la entidad.
- Desarrollo de contenidos alternativos los cuales serán difundidos según las necesidades de cada proceso.
- Cobertura de eventos institucionales con publicaciones que evidencien la participación y resultados.
- Atención a medios de comunicación con respuestas oportunas y oficiales.
- Presentaciones oficiales elaboradas y publicadas para los grupos de valor y ciudadanía, alineadas con los objetivos estratégicos de la Unidad.
- Registros en inventarios y archivos que aseguren trazabilidad y control de las comunicaciones externas emitidas.
- Elaboración de informes que dan cuenta de la gestión del proceso de comunicación externa y permiten identificar oportunidades de mejora en los contenidos.

4. Condiciones especiales del procedimiento

Dentro de las guías de acción para la operación del procedimiento se encuentran:

Desarrollo de contenidos:

- Para iniciar la estrategia de comunicaciones, se debe contar con los objetivos estratégicos de la entidad, los temas de las campañas a desarrollar y el formato definido para la elaboración de las parrillas de contenido, el cual debe ser socializado con las áreas misionales.
- Para el desarrollo de contenidos, se debe disponer de una parrilla previamente revisada y aprobada por la alta dirección para que puedan ser publicados en las redes institucionales de la Unidad.
- Para el desarrollo de contenidos alternativos, se debe contar con una solicitud formal enviada por correo electrónico, en la cual se especifique y justifique el requerimiento del contenido.
- Los asesores de cada subdirección no deben entregar el producto final (mensajes para redes o boletines de prensa), sino proporcionar al equipo

de comunicaciones los insumos necesarios. Estos pueden presentarse en bullets, presentaciones o párrafos con información clave.

- Para estructurar la información de manera efectiva, es importante responder las cinco W del periodismo: qué, cuándo, dónde, por qué y quiénes, además de cómo y cuánto. Esto permite ofrecer un contexto claro y transmitir el mensaje de forma sencilla. Por ejemplo, en un proyecto de decreto, es fundamental indicar su propósito, relevancia, beneficiarios, actores involucrados y proceso de implementación, con un enfoque atractivo para ciudadanos, grupos de interés y medios de comunicación.
- La clave está en traducir los temas técnicos a un lenguaje claro y accesible para toda la audiencia, priorizando los aspectos más relevantes para la ciudadanía.

Cubrimiento de eventos:

- Para la cobertura de eventos institucionales, las subdirecciones misionales, junto con la alta dirección, deben informar al proceso de comunicaciones sobre los eventos que requieren su acompañamiento y suministrar los contenidos necesarios para elaborar el boletín de prensa, los mensajes para redes sociales y las presentaciones correspondientes.
- Se cubrirán únicamente aquellos eventos que aporten información de valor para la ciudadanía y los grupos de interés.

Esto significa que no se dará cubrimiento a todas las reuniones en las que participen servidores de la URF, sino a aquellas en las que se presenten conclusiones, avances o resultados concretos de las acciones de la Unidad, como por ejemplo avances normativos, entre otros.

- En caso de eventos simultáneos, actividades en otras ciudades o encuentros cuyo único objetivo sea informar que se están desarrollando mesas de trabajo con ciertos sectores o entidades, podrá designarse a una persona para enviar el registro fotográfico del evento. Esta coordinación se realiza con la Subdirección.

Presentaciones:

- Para la elaboración de presentaciones, las subdirecciones misionales y la alta dirección deben suministrar la información necesaria. Una vez elaboradas, las presentaciones serán sometidas a revisión antes de su aprobación final.

Relación con los medios de comunicación:

- Todas las solicitudes o consultas realizadas por los medios de comunicación deben ser remitidas al proceso de comunicaciones para su gestión. El proceso solicitará las preguntas a los periodistas y las socializará con el equipo directivo para que puedan ser atendidas y resueltas. Una vez consolidadas las respuestas, estas serán enviadas a los medios de comunicación.

Manejo de crisis:

- Se le llama crisis en redes sociales a la situación que pone en peligro la reputación digital de la Unidad. Si bien hay crisis que no crecen y culminan solas, es necesario identificar una crisis en potencia y el momento correcto en el cual se debe actuar. Algunos ejemplos son: Una publicación de forma indebida, ya sea por mala ortografía, información incorrecta, etc. Comentarios negativos acerca de la Unidad, denuncias realizadas o declaraciones desafortunadas por voceros. Responder a comentarios, críticas o burlas de forma airada y poco adecuada. La gestión de la crisis comunicativa la gestiona comunicaciones con apoyo de la Dirección.

Gestión del inventario:

- Para efectos del inventario, todos los contenidos desarrollados por el proceso deben registrarse en los formatos establecidos, con el fin de garantizar su adecuada consulta y gestión documental.

Informe de redes sociales:

- Para la elaboración de informes, es necesario contar con las plataformas de monitoreo de redes sociales y con X Blue. Asimismo, la información obtenida debe documentarse en el formato establecido por el proceso.

5. Términos y definiciones

Dentro de los términos o conceptos necesarios para entender la información registrada en el procedimiento se encuentran:

- **Boletín de prensa:** Documento informativo que una entidad emite para comunicar a los medios de comunicación acciones de interés público.
- **Campaña de comunicación:** Conjunto organizado de acciones y mensajes diseñados para informar, sensibilizar o movilizar a públicos específicos sobre un tema institucional, durante un periodo determinado y mediante diversos formatos y canales.
- **Estrategia de comunicación:** Conjunto de acciones planificadas que orientan la producción y difusión de mensajes institucionales, con el fin de fortalecer la visibilidad, coherencia y oportunidad de la información dirigida a los diferentes grupos de valor.
- **Eventos:** Actividad institucional planificada que reúne a actores internos o externos con el fin de presentar información, socializar avances, participar en espacios sectoriales o desarrollar acciones de representación pública.
- **Medios de comunicación externos:** Canales institucionales o empresariales —como prensa, radio, televisión y plataformas digitales— que se encargan de difundir información a la opinión pública y facilitar el intercambio de mensajes entre las entidades y la ciudadanía.
- **Parrilla de contenido:** es una herramienta de planificación que organiza qué contenidos se van a publicar, en qué formato, por qué canal y en qué fecha. Permite tener claridad y orden sobre lo que se va a comunicar, asegurando coherencia, constancia y una mejor gestión del tiempo en la creación y publicación de contenidos.
- **Redes sociales:** Plataformas digitales que permiten la difusión de contenidos, la interacción con las audiencias y el relacionamiento directo entre la entidad y la ciudadanía.



6. Definición del procedimiento

Actividad	Periodicidad	Tiempo estimado actividad	PC	Responsable	Descripción	Salidas
a) Desarrollo de contenidos						
1	Determinar necesidades de comunicación	Semanal	Un día	Alta Dirección y subdirectores – Líder de comunicación externa	A través de una reunión semanal con los representantes de la alta dirección se establecen las necesidades de comunicación de las áreas misionales.	
2	Planificar contenidos	Semanal	Un día	Líder de comunicación externa	Una vez recibidas las temáticas, se definen los contenidos que se publicarán semanalmente, considerando las necesidades misionales y los plazos establecidos para los comentarios de los proyectos de decreto y estudios.	
3	Contactar al responsable del tema	Semanal	Un día	Líder de comunicación externa	Según los temas solicitados por las áreas misionales y la alta dirección, se contacta al responsable de cada temática para desarrollar la información que será incorporada en los contenidos de comunicación, específicamente en la parrilla de contenidos.	
4	Recibir insumos del solicitante	Depende del responsable del tema.	Una semana	Líder de comunicación externa- Responsables de cada tema	Los responsables de cada tema que se divulgará en los medios externos de la entidad deberán enviar los bullets, presentaciones o documentos relacionados con los proyectos de decreto, estudios o normas que se comunicarán a la ciudadanía. Estos insumos son	Registro de los insumos recibidos y confirmación al solicitante sobre la recepción de la información.



Actividad	Periodicidad	Tiempo estimado actividad	PC	Responsable	Descripción	Salidas
					necesarios para la elaboración de las parrillas de contenido.	
5	Diseñar estrategia de comunicación y parrilla de contenido	Mensual. Dependiendo de las temáticas solicitadas por las áreas misionales y la alta dirección.	De una a dos semanas	Líder de comunicación externa	Con los insumos proporcionados por los responsables de cada tema, se elabora la parrilla de contenidos, en la cual se definen los formatos, los copy in y copy out, así como los canales institucionales en los que se publicará la información.	Parillas de contenido
6	Revisar y aprobar estrategia y parrilla por el solicitante	Depende de la entrega de la parrilla por parte del proceso de comunicaciones.	Máximo una semana	Solicitante de la parrilla de contenido	El solicitante recibe la parrilla de contenido desarrollada para revisión y aprobación. Cuando el solicitante requiere algún tipo de ajuste en la parrilla propuesta, se devuelve a la actividad No. 5, de lo contrario, continua en la actividad 7.	Parrilla de contenido aprobada
7	Revisar y aprobar estrategia y parrilla por la Dirección	Depende de la entrega de la parrilla por parte del proceso de comunicaciones.	Máximo una semana	Alta Dirección	La alta dirección recibe la parrilla de contenido desarrollada para revisión y aprobación. Cuando la Dirección requiere algún tipo de ajuste en la parrilla propuesta, se devuelve a la actividad No. 5, de lo contrario, continua en la actividad 8.	Parrilla de contenido aprobada
8	Producir material gráfico	Semanal	Máximo una semana	Líder de comunicación externa y diseñadora gráfica (Líder de comunicación interna)	El proceso de comunicaciones será la encargada de producir el contenido gráfico y audiovisual estipulado en las parrillas de contenido aprobadas por la alta dirección y subdirecciones misionales.	Piezas gráficas y contenidos audiovisuales producidos.



Actividad	Periodicidad	Tiempo estimado actividad	PC	Responsable	Descripción	Salidas
9	Publicar contenido en redes sociales y página web	Diario	Diario	Líder de comunicación externa	Luego de tener los las piezas gráficas y los contenidos audiovisuales producidos, se deben publicar en las redes sociales institucionales de la Unidad diariamente.	Publicación en las redes sociales de la Unidad.
b) Cubrimiento de eventos						
10	Determinar asistencia a eventos	Semanal	Dependiendo del evento	Alta dirección y subdirectores	La alta dirección junto con los subdirectores determina a qué eventos requieren el acompañamiento del proceso de comunicaciones.	Cronograma con los eventos a los que debe asistir el proceso de comunicaciones
11	Planear el cubrimiento	Depende del evento	Dependiendo del evento	Alta dirección y subdirectores – Líder de comunicación externa e interna	Junto con la alta dirección y los subdirectores se define que tipo de contenido va a salir para cada evento y si requieren del desarrollo de presentaciones.	
12	Contactar al responsable del tema	Depende del evento	Dependiendo del evento	Líder de comunicación interna y externa	Se contacta al responsable del tema para solicitar información para el desarrollo de presentaciones, boletines de prensa, mensaje de redes sociales, entre otros contenidos establecidos en la planeación del cubrimiento del evento.	
13	Recibir insumos del solicitante	Depende del evento	Dependiendo del evento	Líder de comunicación interna y externa	Se recibe la información solicitada al responsable del evento teniendo en cuenta los contenidos planificados.	Registro de los insumos recibidos y confirmación al solicitante sobre la recepción de la información.



Actividad	Periodicidad	Tiempo estimado actividad	PC	Responsable	Descripción	Salidas	
14	Desarrollar los productos comunicativos	Depende del evento	Depende del evento		Líder de comunicación externa y diseñadora gráfica (Líder de comunicación interna)	El proceso de comunicaciones será el encargado de producir el contenido gráfico, el boletín de prensa, los mensajes para redes sociales y el material audiovisual como las fotografías del evento.	Fotografías, PPT, Boletín de prensa, mensajes de redes sociales y demás contenidos establecidos en la planeación del evento.
15	Revisar y aprobar por el solicitante	Depende del evento	Depende del evento		Solicitante	El solicitante revisa los contenidos entregados por el proceso de Comunicaciones y procede a su aprobación. Cuando existan observaciones sobre el contenido propuesto, se devuelve a la actividad No. 14, de lo contrario continua en la actividad No. 16.	Contenidos solicitados aprobados
16	Realizar cubrimiento del evento	Depende del evento	Depende del evento		Líder de comunicación externa y diseñadora gráfica (Líder de comunicación interna)	Se realiza el cubrimiento del evento y se capturan las fotografías y el material audiovisual necesarios.	Fotografías y material audiovisual del evento
17	Publicar en redes sociales y página web	Depende del evento	Depende del evento		Líder de comunicación externa y diseñadora gráfica (Líder de comunicación interna)	Se publica el contenido aprobado por el solicitante con el material audiovisual.	Boletín de prensa, mensajes para redes sociales y en algunos casos los videos solicitados.



Actividad	Periodicidad	Tiempo estimado actividad	PC	Responsable	Descripción	Salidas	
c) Presentaciones							
18	Recibir solicitud de diseño de presentación	Depende de las necesidades de la alta dirección y subdirectores	Depende de las necesidades de la alta dirección y subdirectores		Alta dirección y subdirectores	Se recibe la solicitud de la alta dirección y de los subdirectores para el desarrollo de presentaciones.	
19	Entregar insumos	Depende de las necesidades de la alta dirección y subdirectores	Máximo dos días luego de radicar la solicitud		El responsable del tema	El responsable del tema deberá entregar la información pertinente para poder realizar la presentación.	
20	Diseñar presentación	Depende de las necesidades de la alta dirección y subdirectores	Una semana		Diseñadora gráfica (Líder de comunicación externa)	Después de contar con los insumos, se procede al diseño de la presentación con los requerimientos establecidos por la alta dirección y los subdirectores de la entidad.	Presentación diseñada
21	Revisar y aprobar por el solicitante	Depende de las necesidades de la alta dirección y subdirectores	Un día		Solicitante	El solicitante deberá revisar la presentación y señalar los ajustes necesarios para su aprobación. Cuando se requieran ajustes, se devuelve a la actividad No. 20, de lo contrario, continúa en la actividad No. 22.	Presentación diseñada aprobada
22	Revisar y aprobar por la Dirección	Depende de las necesidades de la alta dirección y subdirectores	Un día		Alta dirección y subdirectores	La alta dirección debe revisar la presentación y aprobarla. Cuando se requieran ajustes, se devuelve a la actividad No. 20, de lo contrario, continúa en la actividad No. 23.	Presentación diseñada aprobada



Actividad	Periodicidad	Tiempo estimado actividad	PC	Responsable	Descripción	Salidas
23	Remitir presentación definitiva	Depende de las necesidades de la alta dirección y subdirectores	Un día	Diseñadora gráfica (Líder de comunicación externa)	En el cuerpo del correo de remisión, se debe incluir consulta de publicación para determinar si la presentación se debe o no cargar en la página web de la Unidad.	Correo con la presentación aprobada
24	Publicar contenido en la página web	Depende de las necesidades de la alta dirección y subdirectores	Un día	Diseñadora gráfica (Líder de comunicación externa)	La alta dirección y los subdirectores deben indicar que presentaciones se suben a la página web y la líder de comunicación interna procederá a subirla.	Presentación subida en la página web
d) Contenidos alternativos						
25	Determinar necesidades de contenidos	De acuerdo con la necesidad que tenga el área solicitante	Una semana	Área solicitante	Las áreas de la entidad pueden solicitar contenidos específicos para atender necesidades particulares o apoyar las campañas que se desarrollen.	
26	Contactar al responsable designado	De acuerdo con la necesidad que tenga el área solicitante	Una semana	Líder de comunicación interna o externa	Dependiendo del contenido que necesite el área solicitante, la líder de comunicación interna o externa contacta al responsable designado de la solicitud para empezar el desarrollo de esta.	
27	Planear contenido y elaborar guion	De acuerdo con la necesidad que tenga el área solicitante	Una semana	Líder de comunicación interna o externa	El proceso de comunicaciones luego de contactar al designado y solicitarle los insumos correspondientes, inicia el proceso de desarrollo de esos contenidos.	Contenido desarrollado
28	Revisar y aprobar	De acuerdo con la necesidad que tenga el área solicitante	Una semana	Área solicitante	El área solicitante deberá revisar el contenido entregado por el proceso de comunicaciones, hacer los ajustes necesarios y aprobar el contenido. Cuando se identifiquen	Contenido aprobado



Actividad	Periodicidad	Tiempo estimado actividad	PC	Responsable	Descripción	Salidas
					observaciones, se devuelve a la actividad No. 27, de lo contrario, continua en la actividad No. 29.	
29	Realizar producción y posproducción	De acuerdo con la necesidad que tenga el área solicitante	Una semana	Líder de comunicación interna o externa	Luego de tener aprobado el contenido, el proceso de comunicaciones procederá con el desarrollo de este de acuerdo con las necesidades de las áreas solicitantes.	Contenido desarrollado
30	Publicar contenido en página web y redes sociales	De acuerdo con la necesidad que tenga el área solicitante	Un día	Líder de comunicación interna o externa	Se publica el contenido aprobado por el solicitante en los canales institucionales requeridos.	Contenido publicado en los canales institucionales solicitados
e) Atención a medios de comunicación						
31	Recibir solicitud de medios de comunicación	Depende de que los medios realicen las solicitudes	Un día	Líder de comunicación externa	El proceso de comunicaciones recibe las solicitudes de los medios a través del canal de prensa, mensajes directos al líder de comunicación externa, PQRSD, redes sociales o por medio de cualquier integrante de la entidad.	Solicitud de medios registrada y trasladada al proceso de comunicaciones para su gestión.
32	Analizar solicitud y designar responsable	Depende de que los medios realicen las solicitudes	Un día	Líder de comunicación externa y la alta dirección con los subdirectores	El proceso de comunicaciones luego de recibir la solicitud del medio de comunicación, la escala a la alta dirección y a los subdirectores para que ellos designen un responsable para dar respuesta al medio.	
33	Revisar la solicitud y determinar tiempos	Depende de que los medios realicen las solicitudes	Entre uno y dos días	Líder de comunicación externa y la alta dirección con los subdirectores	La alta dirección y los subdirectores revisan la solicitud para estimar el tiempo de respuesta que vaya acorde con las necesidades del medio de comunicación.	



Actividad	Periodicidad	Tiempo estimado actividad	PC	Responsable	Descripción	Salidas	
34	Proyectar respuesta	Depende de que los medios realicen las solicitudes	Máximo una semana		Líder de comunicación externa y la alta dirección con los subdirectores	El proceso de comunicaciones, junto con las personas responsables de atender las inquietudes del medio, elaboran la respuesta correspondiente en los tiempos estipulados.	
35	Revisar y aprobar	Depende de que los medios realicen las solicitudes	Un día		Líder de comunicación externa y la alta dirección con los subdirectores	La alta dirección y los subdirectores revisan la respuesta proyectada y la aprueban para el envío a los medios. Cuando se identifican observaciones, se devuelve a la actividad No. 34, de lo contrario, continúan en la actividad No. 36.	
36	Remitir respuesta definitiva	Depende de que los medios realicen las solicitudes	Un día		Líder de comunicación externa	Luego de tener la respuesta aprobada por la alta dirección y los subdirectores, esta se envía al medio de comunicación que la solicitó.	Respuesta de la URF al medio de comunicación
37	Recibir nota final del medio	Depende de que los medios realicen las solicitudes	Depende del medio de comunicación		Líder de comunicación externa	El proceso de comunicaciones hace un monitoreo constante al medio solicitante para verificar que salga el contenido publicado y cómo sale.	Nota publicada en el medio de comunicación
38	Publicar en redes sociales y en la página web	Depende de que los medios realicen las solicitudes	Se publica el mismo día que sale en el medio de comunicación		Líder de comunicación externa	Después de revisar la nota publicada en el medio de comunicación, la líder de comunicación externa deberá compartirla en las redes sociales de la Unidad, utilizando el hashtag #URFEnMedios.	Nota publicada en las redes sociales de la entidad.



Actividad	Periodicidad	Tiempo estimado actividad	PC	Responsable	Descripción	Salidas	
f) Informe de gestión de redes sociales							
39	Recopilar los datos de redes sociales	Mensual	Una semana		Líder de comunicación externa	El proceso de comunicaciones debe utilizar la herramienta de metricool y X Blue para obtener las métricas de las distintas redes sociales y consignarlas en un Excel.	
40	Desarrollo de informe de redes sociales	Mensual	Una semana		Líder de comunicación externa	Luego de consolidar las métricas se debe desarrollar el informe de redes sociales, también considerando los datos cualitativos y cuantitativos que arroja las herramientas de medición.	Informe de redes sociales
41	Envío del informe a la alta dirección	Mensual	Una semana		Líder de comunicación externa	Se debe enviar el informe de redes sociales a la alta dirección también con un resumen donde se establezcan las conclusiones principales del informe y las oportunidades de mejora.	Correo electrónico con el informe de redes sociales.
g) Gestión del inventario							
42	Subir los contenidos al Drive de comunicaciones	Semanal	Un día		Líder de comunicación externa	La líder de comunicaciones externas debe subir todos los contenidos que se publican en los canales institucionales al drive del proceso.	Drive alimentado con los contenidos publicados en redes sociales
43	Alimentar el inventario que contiene todas las publicaciones de la entidad	Semanal	Un día		Líder de comunicación externa	Después de cargar los contenidos en el Drive, la líder de comunicación externa deberá diligenciar el formato correspondiente, en el que se registran el copy, el enlace a la pieza, la persona que solicitó su elaboración	Inventario en Excel con los contenidos registrados



Actividad	Periodicidad	Tiempo estimado actividad	PC	Responsable	Descripción	Salidas
					y la fecha de publicación. Esto permite mantener la trazabilidad de todos los contenidos publicados y desarrollados por campaña.	
Fin del procedimiento						

7. Documento referente

Tipo	Nombre
Caracterización	Caracterización del proceso de Gestión de Comunicaciones.

8. Datos de elaboración y control de cambios

Control de cambios			
Fecha	Versión	Cód. Solicitud	Descripción del cambio
2025-12-15	1.0	TS-1038	Elaboración y formalización del documento.

Elaboración, revisión y aprobación	
Elaboración	
Nombre:	Alejandra Salazar Sánchez
Cargo:	Profesional Especializado – Comunicadora Social
Revisión	
Nombre:	Daissy Tatiana Santos Yate
Cargo:	Asesor
Aprobación	
Nombre:	Paola Patricia Rodríguez Angulo
Cargo:	Subdirectora Jurídica y de Gestión Institucional







