



Lineamientos de **Comunicación** Institucional

2026

Sección 01

Propósito, alcance y principio rector

Propósito

Establecer las disposiciones para la generación de productos, ejecución de servicios y acompañamiento del Área de Comunicación, de manera que toda comunicación relevante sea consistente y alineada a la marca Aliarse.

Alcance

Aplica a todas las áreas, programas e iniciativas de Aliarse, sin excepción.

Principio rector: Toda comunicación dirigida a personas fuera del equipo de Aliarse es comunicación institucional. Cualquier pieza, material o interacción con públicos externos representa a Aliarse y debe cumplir el estándar de marca. Si hay duda, consultar con Comunicación antes de avanzar.

Sección 02

Cómo solicitar apoyo de Comunicación

Formulario

Las solicitudes se realizan a través del formulario oficial. Estas solicitudes son muy importantes para el equipo de Comunicación porque ponen en marcha un proceso donde: se asigna en Planner a una persona, se ejecuta, se entrega y además genera estadísticas que se visualizan en un Dashboard.

Información completa

Las solicitudes deben incluir toda la información necesaria. Solicitudes incompletas generan idas y vueltas que atrasan a las partes. Cuando la persona solicitante requiera apoyo adicional, para poder determinar con criterio experto qué tipo de producto o servicio conviene, puede contactar al equipo de Comunicación.

Espacios de coordinación

Comunicación y las áreas programáticas han generado diferentes espacios periódicos de articulación a nivel de direcciones y coordinaciones. de Comunicación.

Teams y correo electrónico

Cualquier persona que lo requiera puede recurrir a correo electrónico o a mensajes por Teams para acercarse al equipo de Comunicación y solicitar apoyos. Esta es una **vía válida para canalizar solicitudes urgentes**; sin embargo, no sustituye la necesidad de completar el formulario.

- El **formulario debe ser completado** aunque ya se haya conversado por otro medio con el equipo. Esto para efectos de control, asignación y seguimiento estadístico.

- Para **solicitudes urgentes o emergentes**, contactar a **Beatriz Sánchez o a Carlos Rodríguez**, quienes tienen el panorama general de las cargas de trabajo. Este tipo de solicitudes NO deben plantearse directamente a Vanessa Loría. Los **temas a atender** se dividen de la siguiente manera:

- **Beatriz Sánchez:** estrategias de comunicación de programas y proyectos, diseño gráfico, pauta, redes sociales, sitios web y coberturas de eventos.
- **Carlos Rodríguez:** estrategia de comunicación general de Aliarse, Alsalus, gestión de medios de comunicación, vocerías, participación de Aliarse en eventos con jerarcas públicos.

Sección 03

Involucramiento de Comunicación en eventos

Lineamientos para eventos propios o participaciones de Aliarse en eventos de terceros.

Escenario A — Alta exposición pública

Eventos, propios o de terceros, con alta exposición pública, importancia estratégica o con la participación de aliados o financiadores clave, jerarcas públicos o medios de comunicación.

Qué hacer: Involucrar a Comunicación desde la planificación. Comunicación participa en definición de objetivo, perfil de invitados, mensajes clave y valida todas las piezas/productos. Comunicación define qué tipo de cobertura

Escenario B — Públicos externos sin jerarcas o medios

Eventos, propios o de terceros, con públicos externos sin participación de aliados o financiadores clave, jerarcas públicos o medios de comunicación.

Qué hacer: Informar a Comunicación usando los espacios de coordinación periódicos existentes, solicitar los servicios o productos requeridos a través de los formularios o usar las plantillas del toolkit. Tomar fotografías y compartir con Comunicación en caso de que se quiera comunicar en redes sociales o exista el compromiso de un tercero de hacerlo.

Sección 04

Catálogo de servicios

Los siguientes productos conforman la oferta ordinaria del área de Comunicación. Productos o servicios fuera de esta lista deben consultarse para evaluar viabilidad, tiempos y eventual contratación externa.

Diseño y diagramación

Diagramaciones (informes, guías, folletos), infografías, one-pagers, representación gráfica de modelos de intervención, kits de convocatoria, graduación o proyecto nuevo.

Diseño gráfico

Invitaciones, tarjetas, volantes, afiches, diseños para impresiones grandes (roller-ups, banners), encabezados, fondos, cintillos de logos, material corporativo, certificados y plantillas.

Redes sociales y canales digitales

Actualización de información en sitios web, contenidos para redes sociales, estrategias de pauta, informes y análisis de pauta,

Producción audiovisual

Guiones para video y edición de video con animaciones sencillas de texto o íconos.

Coberturas

Cobertura de fotografía y toma video in situ, en eventos o para creación de nuevo material.

Gestión de prensa

Comunicados de prensa, vocería e impulsar cobertura en medios de comunicación

Sección 05

Tiempos de producción

Son los días hábiles a partir de la solicitud completa que el equipo necesita para la planeación y producción del material. Estos tiempos aplican en condiciones normales de volumen de solicitudes del área.

5 días

Productos estándar: El equipo de Comunicación es sensible a emergentes que deben ser tratados con urgencia y está en la mejor disposición de apoyar; no obstante, aún en los casos emergentes es importante completar el formulario para efectos de control, seguimiento y estadística.

10 días

Productos complejos: Diagramaciones extensas de folletos, informes o guías, o que requieran de ilustraciones, edición de video, estrategias de comunicación, de contenidos o pauta.

Nota importante

Es importante ser conscientes de que los temas emergentes generalmente implican despriorizar trabajos que fueron solicitados en tiempo y forma; por lo tanto, es importante procurar hacer las solicitudes en los tiempos establecidos y no utilizar la condición de “urgente” de forma inadecuada.

Además, en casos de volumen simultáneo excesivo, los tiempos podrían extenderse, en estos casos se comunicará oportunamente. De ser necesario, se acordará con el área programática el orden de prioridades de diferentes solicitudes de su misma área.

Sección 06

Herramientas habilitadas

Toolkit y plantillas institucionales

Aliarse cuenta con un toolkit de plantillas oficiales (presentaciones, hojas membretadas, plantillas por programa). Su uso es obligatorio para cualquier material externo.

Machotes para necesidades recurrentes

Cuando un área tiene una necesidad recurrente (recordatorios periódicos, tarjetas estándar, documentos con estructura fija), debe informarla a Comunicación a través del formulario. Comunicación prepara machotes que respetan la marca y permiten editar solo textos y datos.

Equipo de fotografía y video

Si se requiere, cualquier persona del equipo de Aliarse podrá utilizar el equipo de fotografía y video. Alguien del equipo de Comunicación coordinará la entrega y devolución, documentando el proceso. Comunicación ofrecerá orientación y guías sobre cómo tomar fotografías y videos.

Sección 07

Uso de inteligencia artificial

No se permite usar IA para generar productos de comunicación con la marca Aliarse para uso externo. Esto genera riesgo de inconsistencia con el manual de marca, pérdida de homogeneidad y riesgo reputacional. Si se genera un borrador visual con IA, la versión final debe adaptarse a plantillas oficiales o ser remitido a Comunicación como referencia. Esta restricción **no aplica para las herramientas de IA que el área de Comunicación pueda habilitar.**

Sección 08

Reglas específicas

Materiales externos

Todo material externo debe haber sido diseñado por Comunicación o usar plantillas oficiales del toolkit para respetar el manual de marca. No se aceptan como versión final productos generados por IA sin revisión, plantillas genéricas de internet o diseños fuera de marca.

Materiales para eventos de relevancia

En eventos de mediana o alta relevancia, sean organizados o no por Aliarse, los materiales que expongan la marca deben ser revisados por Comunicación antes del evento.

Medios de comunicación, influencers y creadores de contenido

Ningún área gestiona directamente con influencers, creadores de contenido, periodistas o medios de comunicación sin involucrar a Comunicación. Para coordinar estos acercamientos se requiere claridad sobre objetivo, alcance y condiciones.

Visibilidad en canales digitales de Aliarse

Ningún área puede comprometerse con externos a generar visibilidad de sus marcas o proyectos en los canales digitales de Aliarse sin visto bueno de Comunicación.

Contratación de servicios externos de comunicación

Cuando un área contrate servicios externos de video, diseño u otros productos de comunicación, Comunicación debe participar en la definición de los términos de referencia. Comunicación aporta los insumos básicos (manual de marca, estructura de guion, lineamientos de identidad) para asegurar calidad. Esto no implica que Comunicación asuma la operación de la contratación.

Videos de alta producción

Videos largos, altamente producidos o con equipo técnico especializado pasan a valoración de Comunicación de previo para saber si se pueden realizar con la capacidad instalada. En algunos casos podría requerirse contratación externa; el área respectiva debe coordinar con Comunicación antes de asumir compromisos y contemplar el presupuesto.

Formulación de proyectos

Antes de ofrecer entregables de comunicación a socios o financiadores en la formulación de un proyecto, consultar con Comunicación para confirmar que está dentro de las capacidades instaladas. Productos que trasciendan el catálogo deben coordinarse de previo. Si exceden la capacidad, el proyecto debe presupuestarlos.

Sección 08

Participación en reuniones de proyectos

Cuando se invite al equipo de Comunicación a reuniones de coordinación de proyectos específicos o con externos, la participación debe tener un propósito claro vinculado a comunicación. No se requiere la presencia de Comunicación en reuniones operativas donde no se traten aspectos de comunicación.

Apertura de redes sociales

No se abren cuentas de redes sociales nuevas para iniciativas o programas sin aprobación de la Dirección de Comunicación. Cada cuenta implica carga operativa permanente.

Cobertura de eventos

Fotografía

Cuando únicamente se requieran fotos para informes o publicaciones en redes sociales, cualquier persona del equipo de Aliarse presente en el evento puede capturarlas y compartirlas con Comunicación. No se desplaza al equipo de Comunicación exclusivamente para esto. Comunicación puede orientar sobre qué imágenes tomar y pone a disposición guías de fotografía.

Video

Cuando se requiera video de un evento, el tipo de material a grabar debe justificar el desplazamiento. Las entrevistas y capturas deben coordinarse previamente con los actores.

Giras de varios días o fuera del país

Se realizará un análisis de costo-beneficio para determinar si se cubre con capacidad interna o es más eficiente contratar un servicio externo. El área programática contempla las implicaciones presupuestarias.