

## Informe Individual de Empalme

### 1. Datos Generales de la Entidad.

ENTIDAD A LA QUE REPRESENTA

SECRETARÍA DE PRENSA Y COMUNICACIONES	
NOMBRE DEL TITULAR	
LINNA ESPERANZA CHAPARRO OSPINA	
CÉDULA DE TITULAR	
1073502323	
CARGO	
SECRETARIA DE PRENSA Y COMUNICACIONES	
INICIO PERIODO DE GESTIÓN	FIN PERIODO DE GESTIÓN
Febrero 1, 2021	Diciembre 31 de 2023

### 2. Contexto Organizacional

#### MISIÓN

Es misión de la Secretaría de Prensa y Comunicaciones definir, ejecutar y monitorear los lineamientos y estrategias de comunicación que le permitan a la administración departamental mantener permanentemente informados a sus diferentes grupos de interés acerca de la gestión, programas y proyectos que adelanta; contribuir a aumentar la participación de las comunidades en la formulación e implementación de políticas públicas; facilitar su acceso a los programas y servicios ofrecidos; y promover, fortalecer y consolidar la imagen del departamento como mecanismo idóneo para afianzar un ambiente propicio que permita la generación de progreso en toda la región.

#### URL ORGANIGRAMA

<https://cundinamarca-map.maps.arcgis.com/sharing/rest/content/items/1ebc9cfa86cc4c5683d3415e234d1535/data>

#### OBJETIVOS

NÚMERO DE OBJETIVO	OBJETIVO	FUENTE
01	Mantener a los diferentes grupos de interés de la Entidad Territorial permanentemente informados acerca de la gestión, programas y proyectos que adelanta.	DECRETO 510 DE 2022 TITULO III CAPITULO IV ARTICULO 17
02	Contribuir a aumentar la participación de las comunidades del Departamento en la formulación e implementación de políticas públicas	DECRETO 510 DE 2022 TITULO III CAPITULO IV ARTICULO 17
03	Facilitar el acceso de los cundinamarqueses a los programas y servicios ofrecidos por la Entidad Territorial.	DECRETO 510 DE 2022 TITULO III CAPITULO IV ARTICULO 17

04	Promover, fortalecer y consolidar la imagen del Departamento a nivel local, nacional e internacional.	DECRETO 510 DE 2022 TITULO III CAPITULO IV ARTICULO 17
----	---	--

### 3. Mapa de procesos y procedimientos

VERSIÓN	NOMBRE	CÓDIGO	PROCESO AL QUE PERTENECE
6	Manual de Identidad Institucional	E-CO-MA-001	Comunicaciones
1	Manual de Comunicación en Situaciones de Crisis	E-CO-MA-004	Comunicaciones
3	Manual de Estilo de la Emisora El Dorado Radio	E-CO-MA-005	Comunicaciones
2	Manual de identidad institucional aplicación para operadores, contratistas o convenios	E-CO-MA-006	Comunicaciones
1	Manual de Imagen Marca Territorial Cundinamarca	E-CO-MA-008	Comunicaciones
2	Manual de Redes Sociales	E-CO-MA-007	Comunicaciones
5	Preproducción, producción y postproducción de contenidos editoriales institucionales	E-CO-PR-017	Comunicaciones
7	Comunicado de Prensa	E-CO-PR-002	Comunicaciones
9	Manejo de material Audiovisual, Fotográfico y Sonoro	E-CO-PR-006	Comunicaciones
7	Producción de Piezas Audiovisuales	E-CO-PR-008	Comunicaciones
7	Solicitud de Servicios o Asistencia Técnica	E-CO-PR-016	Comunicaciones

### 4. Gestión misional de la entidad

En este apartado encontrará la gestión misional de esta entidad compuesta a partir de tres pilares: 4.1) Gestión por temas estratégicos; 4.2) Gestión por metas del PDD; 4.3) Gestión por funciones esenciales. En cada uno de estos se describirán las acciones realizadas durante el cuatrienio, indicando la descripción, los logros, las sugerencias y/o recomendaciones y actividades relevantes que será importante tener en cuenta para el próximo Secretario o Gerente

#### 4.1. Gestión por temas estratégicos

##### Nombre del tema estratégico

**Relacionamiento con los medios nacionales**

##### Descripción del tema estratégico

La ejecución de Plan de Medios se ha realizado de forma articulada con el relacionamiento con los medios. A través de información constante de eventos y actividades, respuesta a sus

solicitudes de información y entrevistas constantes del Gobernador y los voceros. Esta relación ha permitido tener una presencia permanente de la gestión de la Administración, no solo en el ámbito departamental, sino en el nacional, desde la mirada de medios nacionales tradicionales, sino la inmersión digital y plataformas como el cine.

#### Logros obtenidos del tema estratégico

Solo en lo corrido del año 2023, hemos tenido en TV más de 2 mil menciones, en medios impresos más de 400 menciones y en radio más de 3 mil. Esto nos da una circulación en medios de forma permanente y mantiene a Cundinamarca en la agenda nacional.

#### Alianzas y/o convenios del tema estratégico

Este proyecto estratégico no requirió una alianza o convenio adicional al contrato macro de Plan de Medios que se realizó con Fondecun en cada vigencia.

#### Sugerencias y/o recomendaciones del tema estratégico

Dar continuidad al ejercicio de relacionamiento para lograr más free press e incluir dentro del Plan de Medios nacional al cine, como una herramienta adicional para llegar a un público de orden nacional.

#### Asuntos pendientes por resolver de forma inmediata (100 días) del tema estratégico

Ninguno

#### Actividades pendientes por resolver no inmediata pero necesaria del tema estratégico

Ninguno

Relacione todas aquellas gestiones que ha realizado para lograr el desarrollo de sus temas estratégicos

1. Conversación permanente con los medios de comunicación 2. Participación con voceros en los temas que solicitan. 3. Asistencia a foros y encuentros temáticos. 4. Armonizar la relación con un Plan de Medios ajustado a los públicos objetivo de cada medio.

#### Nombre del tema estratégico

**Comunicación incluyente para Cundinamarca**

#### Descripción del tema estratégico

Desde el año 2022 implementamos en la Secretaría de Prensa y Comunicaciones la interpretación de lengua de señas en la mayoría de nuestras piezas audiovisuales, como una forma de reconocer la importancia de incluir a la población sorda en los productos que realizamos, a través de la contratación de una persona idónea en el tema. Este es un proyecto que no solo se acoge a la normatividad nacional de inclusión, sino que puso en marcha la estrategia de formación en lengua de señas básica colombiana para funcionarios de la Sec de Prensa, funcionarios y contratistas de la Gobernación de Cundinamarca y posteriormente de la comunidad interesada.

#### Logros obtenidos del tema estratégico

Tuvimos dos resultados importantes: 1. La comunicación incluyente en piezas audiovisuales (220 videos) programa de TV (40 programas) y eventos masivos de la Gobernación (20). Estos son productos que llegan a través del Canal 13 y las redes sociales a miles de personas sordas de Cundinamarca. 2. La capacitación a 32 personas (entre funcionarios y comunidad en general) que se sensibilizaron sobre la necesidad de comunicarnos con las personas que no pueden escuchar. En este proceso se vinculó también Sergio Díaz, un funcionario sordo de Mesa de Ayuda que fue clave en el proceso. 3. En el marco del Día Internacional de la Persona Sorda, se realizó un proyecto de video musical en lengua de señas en el que participaron personas sordas, oyentes y sordociegos. En total participaron 34 personas y el video tuvo gran acogida al interior de la comunidad sorda.

#### Alianzas y/o convenios del tema estratégico

Para la ejecución de este proyecto estratégico no fue necesario realizar ningún convenio o alianza.

#### Sugerencias y/o recomendaciones del tema estratégico

Se sugiere, por una parte, dar continuidad al contrato de un intérprete de lengua de señas y adicionalmente contratar uno o dos más que puedan dar respuesta a las solicitudes que tiene la Secretaría, las cuales han ido aumentando por parte de entidades centralizadas y descentralizadas y para las que es imposible dar respuesta con solo un profesional. Adicionalmente se sugiere seguir trabajando en la formación de comunicación incluyente, se ha comprobado que es importante que la Secretaría de Prensa cuente con herramientas para responder a esta población, sobre todo en los roles de periodistas, locutores y productores, que tienen permanente contacto con las comunidades.

#### Asuntos pendientes por resolver de forma inmediata (100 días) del tema estratégico

Ninguno

#### Actividades pendientes por resolver no inmediata pero necesaria del tema estratégico

El gobierno cierra sin ninguna actividad por resolver en este proyecto estratégico.

#### Relacione todas aquellas gestiones que ha realizado para lograr el desarrollo de sus temas estratégicos

Para el desarrollo de este proyecto contratamos una profesional de lengua de señas con quien se realizó todo el proceso de interpretación y formación.

#### Nombre del tema estratégico

**Fortalecimiento de los medios regionales de Cundinamarca**

#### Descripción del tema estratégico

De forma complementaria al apoyo que reciben los medios regionales del Departamento con el Plan de Medios que se ejecuta cada año, fue un valor agregado de gran importancia para ellos ,entregarles apoyos de kits para fortalecer su labor en el territorio (con elementos como cámaras, luces, estabilizadores y micrófonos) y realizar varios ejercicios de formación para profesionalizar su oficio y mejorar sus competencias en temas como el marketing digital, la producción de podcast, la exploración de lenguajes y métricas para optimizar su trabajo, entre otros temas. Adicionalmente, creamos con la Asamblea de Cundinamarca el reconocimiento a los periodistas Antonio Nariño, por medio de una ordenanza que entrega por categorías premios a

los postulados que luego de ser escogidos por un jurado se llevan un premio. Esto motiva a los medios a hacer un mejor trabajo y a postularlo cada año. Este proyecto estratégico le da relevancia a lo que hacen los medios locales y les brinda las herramientas con las que pocos cuentan y que ellos valoran mucho.

#### Logros obtenidos del tema estratégico

Este proyecto estratégico tiene tres logros principales: 1. Entrega de un total de 130 kits tecnológicos entregados a medios de comunicación regionales de Cundinamarca a través de dos convocatorias. 2. Un total de 8 convocatorias con la participación de 273 periodistas capacitados en los cursos, talleres y los dos diplomados realizados con la Universidad Externado de Colombia. 3. Exaltamos el ejercicio de 25 periodistas del departamento a través de la Condecoración "Periodismo vivo Antonio Nariño de Cundinamarca", con la de la entrega elementos tecnológicos e incentivos emocionales.

#### Alianzas y/o convenios del tema estratégico

Se realizaron alianzas con El SENA y El Tiempo y dos contratos con la Universidad Externado en las vigencias 2022 y 2023.

#### Sugerencias y/o recomendaciones del tema estratégico

Los medios pequeños y los medios regionales, en muchas ocasiones trabajan con muy pocos recursos y no cuentan con la capacidad de adquirir mejores equipos ni de capacitarse. Es por esta razón que los periodistas con los que trabajamos este tiempo valoraron mucho los apoyos que se entregaron. Es importante considerar que ellos son un sector que también se ha visto afectado por situaciones como la que generó la pandemia del COVID 19.

#### Asuntos pendientes por resolver de forma inmediata (100 días) del tema estratégico

Ninguno

#### Actividades pendientes por resolver no inmediata pero necesaria del tema estratégico

En este proyecto estratégico queda abierta la convocatoria del reconocimiento Antonio Nariño, la cual por ordenanza debe hacerse en esta época y cerrar el 1 de diciembre de 2023. Pensando en facilitar a la nueva administración la realización del Día del Periodista en febrero (en el marco del cual se realiza la premiación) se dejó programado un ítem en el presupuesto 2024. Se recomienda establecer rápidamente jurados para contar con los ganadores en enero y organizar el evento de febrero.

#### Relacione todas aquellas gestiones que ha realizado para lograr el desarrollo de sus temas estratégicos

Dentro de la gestión realizada está el acercamiento a entidades como El SENA, Casa Editorial El Tiempo y la Universidad Externado de Colombia, para ofrecer cursos y talleres que permitieran fortalecer las competencias periodísticas. En el caso de la Universidad Externado, logramos realizar dos diplomados certificados que son una gran ayuda para fortalecer los conocimientos de los periodistas y mejorar la gestión y la investigación de sus medios.

## 4.2. Gestión por metas del Plan de Desarrollo

URL AVANCE VIGENCIA

<https://cundinamarca-map.maps.arcgis.com/sharing/rest/content/items/2f30e139c03d48f28cdb1264fb92fc09/data>

URL AVANCE CUATRENIO

<https://cundinamarca-map.maps.arcgis.com/sharing/rest/content/items/e964c8bffee143fea7f93c358edae082/data>

### RESUMEN DE LA GESTIÓN POR METAS DEL PLAN DE DESARROLLO

--

### RESUMEN DE LA GESTIÓN POR METAS DEL PLAN DE DESARROLLO

--

### RESUMEN DE LA GESTIÓN POR METAS DEL PLAN DE DESARROLLO

--

LÍNEA ESTRATÉGICA	NÚMERO DE LA META DE BIENESTAR	DESCRIPCIÓN META DE BIENESTAR	ENTIDAD LÍDER META DE BIENESTAR
MÁS GOBERNANZA	50200609	Aumentar la percepción favorable de la opinión pública sobre la administración departamental.	SECRETARÍA DE PRENSA Y COMUNICACIONES

NÚMERO DE META DE PRODUCTO	ENTIDAD LÍDER META DE PRODUCTO	DESCRIPCIÓN META DE PRODUCTO	PROGRAMADO FÍSICO CUATRENIO	EJECUTADO FÍSICO CUATRENIO	AVANCE FÍSICO
412	SECRETARIA DE PRENSA Y COMUNICACIONES	Crear la red departamental de radio de Cundinamarca y conectar a las emisoras del departamento.	1	0.99	0.99

NÚMERO DE META DE PRODUCTO	LOGRO ACUMULADO CUATRENIO DE LA META
412	Conformamos la Red Departamental de Radio con emisoras comerciales y comunitarias de Cundinamarca a través del desarrollo del programa radial denominado "En Línea con la Gobernación" un espacio radial donde la administración departamental mantuvo contacto y cercanía con la comunidad, escuchando y respondiendo de primera mano las inquietudes de todos los cundinamarqueses, divulgando las acciones administrativas y actuando de manera eficaz en respuesta a los ciudadanos. Vigencia Emisoras vinculadas a la Red Departamental de

	<p>Radio 2020 51 2021 53 2022 53 2023</p> <p>63 Emitimos en promedio 51 programas al aire divididos en noticieros, programas de entretenimiento, musicales, de emprendimiento, salud, empoderamiento y rendición de cuentas de las diferentes entidades de la Gobernación de Cundinamarca donde alcanzamos un potencial aproximado de 1.572.762 radioyentes en 21 municipios del departamento: Cajicá, Chía, Cogua, Cota, Funza, Gachancipá, Guatavita, La Calera, Madrid, Mosquera, Nemocón, Sesquilé, Sibaté, Soacha, Sopó, Suesca, Tausa, Tenjo, Tocancipá, Villapinzón, Zipaquirá; y en la ciudad de Bogotá D.C de 7.968.065, según su número de habitantes. Logramos fortalecer las redes sociales de la Emisora "El Dorado Radio", llegando a 26.000 seguidores en Facebook, 5.611 en X, 2.968 en Instagram y 764 en la nueva red social Tik Tok; a través de la difusión de diversos contenidos institucionales de interés público y noticias del orden nacional, departamental y local.</p>	
MÁS GOBERNANZA	50200609	Aumentar la percepción favorable de la opinión pública sobre la administración departamental.

NÚMERO DE META DE PRODUCTO	ENTIDAD LÍDER META DE PRODUCTO	DESCRIPCIÓN META DE PRODUCTO	PROGRAMADO FÍSICO CUATRIENIO	EJECUTADO FÍSICO CUATRIENIO	AVANCE FÍSICO
413	SECRETARIA DE PRENSA Y COMUNICACIONES	Fortalecer el desempeño en internet y redes sociales del 50% de los periódicos, emisoras y canales de televisión del departamento.	50	50	1

NÚMERO DE META DE PRODUCTO	LOGRO ACUMULADO CUATRIENIO DE LA META	DESCRIPCIÓN META DE PRODUCTO
413	<p>1. Exaltamos el ejercicio de 25 periodistas del departamento a través de la Condecoración "Periodismo vivo Antonio Nariño de Cundinamarca", con la de la entrega elementos tecnológicos e incentivos emocionales logrando impactar a 11 medios de comunicación: • Tablets marca Lenovo Tab M8 HD pantalla HD y altavoz con tecnología Dolby Audio, procesador de cuatro núcleos y batería de larga duración. • Cámaras marca Cannon M200 con las siguientes características técnicas: imagen en tiempo real, sistema de pantalla touch de ángulo variable de 180º con enfoque de toque en la pantalla, grabación de videos Time-lapse en calidad 4k, tecnología Dual Pixel con seguimiento al ojo y al rostro para un enfoque rápido y preciso, transferencia de imágenes a través de Bluetooth y Wifi para descargar fotos y transmisiones streaming. • Paquetes turísticos para dos personas por un fin de semana en el municipio de Guaduas que incluía estadía, alimentación y actividades en atractivos turísticos. 2. Acompañamos técnicamente a 4 medios de comunicación en la postulación de propuestas ante el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones-Mintic para recibir apoyos en transformación digital. 3. Desarrollamos 8 convocatorias de formación académica con la participación de 273 periodistas de medios de comunicación departamentales para adquirir herramientas conceptuales y tecnológicas que enriquezcan la calidad de la producción comunicativa y periodística desde la comprensión y reflexión crítica sobre el actual entorno tecnológico de la comunicación y el</p>	Aumentar la percepción favorable de la opinión pública sobre la administración departamental.

	<p>periodismo aplicados al quehacer diario periodístico así: • Programa de Marketing Digital en alianza estratégica con el SENA logrando la participación de 25 periodistas regionales. • Programa de Redacción y Ortografía en alianza estratégica con el SENA logrando la participación de 36 periodistas regionales. • Taller de Marketing Digital, Redes Sociales y Edición de Contenidos- Casa Editorial El Tiempo logrando la participación de 38 periodistas regionales. • Diplomado de Actualización en Comunicación y Periodismo en alianza estratégica con la Universidad Externado de Colombia logrando la participación de 35 periodistas regionales. • Taller de Medios de Comunicación Digitales del Departamento de Cundinamarca logrando la participación de 33 periodistas regionales. • Taller de Medios de Comunicación Prensa Escrita del Departamento de Cundinamarca logrando la participación de 33 periodistas regionales. • Medios de Comunicación Radiales del Departamento de Cundinamarca logrando la participación de 33 periodistas regionales. • Diplomado en Periodismo y Comunicación: Gestión y Creación de Contenidos de Alto Impacto logrando la participación de 40 periodistas regionales.4. Desarrollamos 2 convocatorias dirigidas a los medios regionales del departamento interesados en recibir kits con herramientas útiles propias de su oficio, el cual contribuye a generar contenido de calidad y de forma eficiente. • KUNTUR MARQA- Reconocimiento al Periodismo Regional logrando beneficiar a 65 periodistas de medios de comunicación del departamento a través de la entrega de igual número de kits conformados por micrófono inalámbrico para celular, micrófono para locución condensador, celular de alta gama, estabilizador para celular, aro de luz, agenda y esfero. • KIT MEDIA-Potencia tu Cobertura logrando beneficiar a 65 periodistas de medios de comunicación del departamento a través de la entrega de igual número de kits conformados por Cámara profesional con estabilizador digital y mecánico integrado, Memoria micro SD 64gb + adaptador clase 10, Luz led 160 tubo luz RGB LED, Trípode, Computador portátil, Dos patchcord, Pad mouse ergonómico, Morral para PC.5. Realizamos en el Encuentro Regional de Periodistas 2023 con el objetivo de agradecer y resaltar a las personas que por su destacado trabajo y servicio, a través del ejercicio del periodismo, mantienen informada a la comunidad, un espacio donde el Gobernador de Cundinamarca manifestó “Ellos son el puente entre la entidad y los ciudadanos”.</p>	
MÁS GOBERNANZA	50200609	SECRETARÍA DE PRENSA Y COMUNICACIONES

NÚMERO DE META DE PRODUCTO	ENTIDAD LÍDER META DE PRODUCTO	DESCRIPCIÓN META DE PRODUCTO	PROGRAMADO FÍSICO CUATRIENIO	EJECUTADO FÍSICO CUATRIENIO	AVANCE FÍSICO
414	SECRETARIA DE PRENSA Y COMUNICACIONES	Implementar una estrategia de promoción, fortalecimiento y consolidación de la imagen del departamento.	1	1	0.995

NÚMERO DE META DE PRODUCTO	LOGRO ACUMULADO CUATRIENIO DE LA META
414	Fortalecimos las redes sociales de la Gobernación de Cundinamarca, llegando a 142.753 seguidores en Facebook con 4.500 publicaciones, X con 58.200 seguidores y 10.220 publicaciones, Instagram con 39.268 y 1.765 publicaciones, 13.800 en la nueva red social

Tik Tok con 317 publicaciones y 3.900 en YouTube a través de la difusión de diversos contenidos institucionales como por ejemplo la sinergia de la Audiencia Pública de Rendición de Cuentas, aniversarios de municipios, noticias en caliente y demás temas, convocatorias y programas que se desarrollaron en las secretarías y entidades descentralizadas. Hemos atendido 6.130 solicitudes de necesidades de comunicación de las diferentes entidades del nivel central y descentralizadas en términos de oportunidad y eficacia. Hemos realizado el monitoreo permanente a 20.809 noticias de medios de comunicación nacionales y regionales que incluyen radio, prensa, televisión, web e impreso donde se menciona la gestión institucional de la Gobernación de Cundinamarca. Desarrollamos la encuesta anual para las vigencias 2020, 2021 y 2022 denominada "Eficacia de la Comunicación Organizacional" a través de un muestreo aleatorio a funcionarios y contratistas del nivel central de la Gobernación de Cundinamarca que permitió inferir que el 91,73% de los encuestados conocen los diferentes canales de comunicación internos y los consideran pertinentes y efectivos. Hemos emitido, 3.373 comunicados de prensa respecto a la gestión institucional convocatorias, programas y proyectos que se desarrollaron en las secretarías y entidades descentralizadas de interés general en la página web de la Gobernación de Cundinamarca. Realizamos el apoyo técnico para el registro ante la Superintendencia de Industria y Comercio de las siguientes marcas: El Sol Dorado de Cundinamarca (figurativa), El Sol Cundinamarca (mixta) y Emisora El Dorado Radio (mixta), en dicho contexto la Superintendencia de Industria y Comercio- SIC concedió los registros marcarios solicitados a nombre del departamento con lo cual se genera una propiedad más mediante estos intangibles, beneficiando a todos nuestros licenciatarios de marca puesto que se les da seguridad jurídica sobre el respectivo uso del sello Dorado. Fortalecimos el uso de la marca "Cundinamarca- El Dorado, La Leyenda Vive" a través del patrocinio con el Club Independiente Santafé S.A. en el marco de la suscripción del Contrato No. SPC-CD-060-2021. Desarrollamos 84 capítulos del programa de televisión CUNDINAMARCA ¡REGIÓN QUE PROGRESA! en sus cuatro temporadas, un magazín televisivo transmitido los domingos a las 7:00 p.m., por video streaming en el Canal Trece y en medios digitales; una vitrina de gran alcance de difusión de la gestión institucional y de la oferta cultural, gastronómica y turística de los municipios. DIFUSIÓN EN MEDIOS TRADICIONALES (radio y prensa) Y DIGITALES LA GESTIÓN INSTITUCIONAL Realizamos la divulgación y difusión de las diferentes campañas realizadas por las entidades del nivel central y descentralizadas en los diferentes medios de comunicación radiales, escritos, digitales en el departamento y nacionales así: PRENSA ESCRITA: • "Histórica inversión de \$42.500 millones para proyectos de infraestructura en Cundinamarca" y "El Covid no detiene el Avance de la infraestructura en Cundinamarca" en 35 medios. • "Cundinamarca emprende y se reactiva" y "En Cundinamarca sino conviene" en 33 medios, " En Cundinamarca cambiamos el efecto por afecto" y " Feliz Navidad les desea Kuna Mya" en 41 medios. • "ExpoCundinamarca" y "Avance entrega de obras" en 56 periódicos. • "Compramos tu cosecha" y "ExpoCundinamarca" en 56 periódicos regionales logrando un alcance aproximado de 1.120.000 lectores. • Recaudo de impuestos de la Secretaría de Hacienda en 35 medios impresos regionales. • "Rendición de Cuentas" y "Temporada Seca y de lluvias" en 35 medios impresos del departamento logrando un alcance de 1.100.000 lectores respecto a 275.000 ejemplares impresos. • "Con la Tarjeta Red Progreso Agropecuario por lo menos 7.000 caficultores han fortalecido sus cafetales", campaña de la Agencia Comercial de Cundinamarca. • "Reactiva la Noche", "Soacha se Mueve", "A Toda Máquina" en Revista Semana. • "Con Plan de Choque, Redoblan Vacunación en Cundinamarca" "400 Acueductos Veredales se Intervendrán en Cundinamarca" "La Estrategia para Reducir Accidentes en Cundinamarca", "Los Productos de Cundinamarca que se Exhiben en Agroexpo", "Artesanías, Ecoturismo y Productos Innovadores se exhibirán en Cundinamarca" en el periódico El Tiempo. • "¡ Si Nos Conviene! Tener menos siniestros viales en Cundinamarca" y " Regresa Expo Cundinamarca el lugar donde nos volvemos a encontrar" en el periódico Nuevo Siglo. • "Los Mejores Productos de Nuestro Campo Cundinamarqués llegan a Cundinamarca", " Regresa Expo Cundinamarca el lugar donde nos volvemos a encontrar" en el periódico Publimetro. " La Apuesta para Devolver el Protagonismo al Campo", "Acueductos en las Veredas, un Bálsamo para la Calidad de Vida" y "Las vías Municipales se Construyen de la Mano de los Cundinamarqueses" en periódico El Espectador. PRENSA DIGITAL: • "Mineros Cundinamarqueses y sus familias reciben formación en autocuidado", "Cundinamarca rindió homenaje a las mujeres afro asentadas en el departamento" " Kuna Mya abre sus puertas con lo mejor del campo cundinamarqués", logrando 1.43.000 visitas y 48.620 clicks en 15 medios digitales. • "Activación de Comercio" y " Capacidad UCI" en 38 medios digitales con un alcance aproximado de 880.000. • "Reactivación Económica" e "Inversión en Maquinaria" en 44 medios. • "Inversión de Maquinaria Vial", "Plan de choque para evitar aumento de

	<p>contagio por COVID 19" y "Cundinamarca busca adultos mayores de 60 años que no se hayan vacunado contra el COVID 19" en 15 medios logrando 1.600.000 visitas y 47.400 clicks. • "Gobernador anuncia inversión de medio millón en infraestructura", "Gobernación invertirá 22 mil millones para mejoramiento de la vía Siberia- Tenjo", "15 mil millones destinados para adecuación de la vía alterna Bogotá- La Calera" y "En sus 208 años Cundinamarca tendrá millonaria inversión en infraestructura" en 15 medios. • "Vuelve Expo Cundinamarca" y "Cundinamarca rinde cuentas sobre infraestructura" en 15 medios. • "Rendición de Cuentas; emprendimiento, movilidad y seguridad en fiestas decembrinas" en 26 medios. • "Prevención uso de polvo", "Recomendaciones en Navidad" y "Posicionamiento imagen del departamento" en 11 medios. • "Invitación a la comunidad del municipio a hacer parte de las Juntas Comunitarias en salud JACOM", "Expocundinamarca" y "Avance entrega de obras" en 34 medios. • "Rendición de Cuentas", "Recomendaciones decembrinas", "Avance de Proyectos" en 34 medios. • "Rendición de Cuentas" "Recomendaciones decembrinas" y "Avance de Proyectos" en 55 medios digitales. • "Reactiva la Noche", "Soacha se Mueve", "A Toda Máquina" en Revista Semana. • "En Cundinamarca, nos tomamos el café en serio". RADIO DEPARTAMENTAL Y NACIONAL (Cuñas radiales): • "Reactivación Económica" e "Inversión en Maquinaria", en 44 emisoras. • "En Cundinamarca le cerramos el paso al COVID 19", "Invitación al Autocuidado", "Red de Salud Departamental contará con 135 ventiladores adicionales", "Seguimos buscando a los adultos mayores de 60 años que no se hayan vacunado contra el COVID 19", "El COVID no detiene el avance en infraestructura y desarrollo en Cundinamarca", "Cundinamarca región que progresa en infraestructura inversión proyectos JAC" y "Cundinamarca región que progresa en infraestructura firma gran pacto de inversión", "Inversión de 220 millones subsidio personas sector rural", "Una familia que progresa es una familia cundinamarquesa", "Inversión 113 millones banco de iniciativas juveniles" y "Kuna Mya la tienda de Cundinamarca" en 44 emisoras del departamento. • "Gobernación de Cundinamarca, buscando un valor agregado" en 63 emisoras. • "Región Metropolitana", "Invitación a la comunidad del municipio a hacer parte de las Juntas Comunitarias en salud JACOM" EN 13 emisoras. • "Gobernación de Cundinamarca inversión corredores viales", "Inversión corredores viales", "Premio Superación de la Pobreza", "Recomendación decembrina" en 60 emisoras regionales. • "Recaudo de impuestos de la Secretaría de Hacienda" en 60 emisoras de Cundinamarca. • "Con la Tarjeta Red Progreso Agropecuario por lo menos 7.000 caficultores han fortalecido sus cafetales", campaña de la Agencia Comercial de Cundinamarca. • "Invitación a Expo Cundinamarca" en Blu Radio con un total de 181 cuñas logrando un alcance de 2.221.000 radioescuchas, en Radiópolis a través de Candela Estéreo y Vibra Bogotá y en Caracol Radio. • "Entrega de Maquinaria Agrícola" y "Firma de Convenios de Saneamiento Básico y Agua Potable para 33 Municipios" en Caracol Radio. TELEVISIÓN: • Pauta en 17 salas de Cine Colombia nacionales a través de la transmisión de las películas Avatar El Camino del Agua y Black Panther: Wakanda Forever. • Difusión de campañas de la Agencia Comercializadora en el Departamento a través de las diferentes emisiones del noticiero del Canal RCN. • Fortalecimiento de la imagen del departamento a través del desarrollo del Programa Masterchef en los municipios de Villeta y Guatavita que permitió dar a conocer la oferta turística y gastronómica de mencionados municipios. DESARROLLO DE ACTIVIDADES ATL Y BTL Adelantamos actividades de perifoneo de la difusión de Rendición de Cuentas en 43 municipios del departamento, fortaleciendo la frecuencia radial y de prensa en los mismos.</p>
--	--

*Para más información de las metas ver el Anexo 1.*

### 4.3. Gestión por funciones esenciales

Las funciones a continuación descritas para el central sector se encuentran contempladas dentro del Decreto 510 del 2022

**Nombre de la función esencial:**

Definir, dirigir y vigilar aplicación de la política de información y comunicación de la Entidad Territorial.

FUENTE

DECRETO ORDENANZA 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

#### Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Se estableció la Política de Comunicaciones de la Gobernación de Cundinamarca, la cual se encuentra definida en el proceso de comunicaciones.

#### LOGROS

Se articuló la Política de Comunicaciones con el plan estratégico de comunicaciones, el plan de desarrollo Cundinamarca Región que Progresa y las necesidades de comunicación de las entidades del nivel central y descentralizado , así como de la comunidad y entes de control.

#### RETOS

Actualizar la Política de Comunicaciones de acuerdo con el nuevo Plan de Desarrollo y las necesidades de comunicación de las partes interesadas.

Nombre de la función esencial:

Diseñar, dirigir y monitorear el Plan Estratégico de Comunicaciones de la Entidad Territorial.

FUENTE

DECRETO ORDENANZAL 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

#### Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

El Plan Estratégico de Comunicaciones 2020-2023 se plantearon 7 objetivos, los cuales se cumplieron a través de los canales de comunicación internos y externos dispuestos por la Secretaría de Prensa y Comunicaciones, entre los que se encuentran: boletines de prensa , carteleras institucionales , estados de WhatsApp, papel tapiz, programa de televisión, redes sociales y emisora El Dorado Radio.

#### LOGROS

La Secretaría de Prensa y Comunicaciones (SPC), planeó, ejecutó y realizó seguimiento a estrategias de comunicación interna y externa, logrando la rendición de cuentas de las acciones de gobierno de forma permanente y la generación de espacios de participación efectivos para la comunidad en general.

#### RETOS

Cumplimiento del manual de imagen y adelantar su actualización conforme a las necesidades vigentes.

Nombre de la función esencial:

Diseñar, dirigir y monitorear el Plan de Promoción, Fortalecimiento y Consolidación de la imagen del Departamento.

FUENTE

DECRETO ORDENANZAL 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

#### Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

1. Desarrollo y asesoría de campañas para las diferentes entidades del nivel central y descentralizado de la Gobernación de Cundinamarca. 2. Conceptualización y desarrollo de piezas gráficas y audiovisuales. 3. Cubrimiento de eventos. 4. Elaboración de boletines y comunicados de prensa. 5. Administración y creación de contenidos para las redes sociales de la Gobernación de Cundinamarca, así como acompañamiento y monitoreo de las redes sociales de las entidades centralizadas y descentralizadas.

## LOGROS

1. Se fortaleció la imagen institucional de la Gobernación de Cundinamarca a través de la relación y Plan de Medios de orden regional y nacional, bajo el slogan: Cundinamarca, Región que Progresa, así como el desarrollo y ejecución de campañas institucionales que informan a las comunidades de los proyectos de la Gobernación, logrando una percepción favorable ante comunidades y líderes de opinión como lo demuestra la encuesta de cifras y conceptos. 2. Se impulsó la marca territorial “Cundinamarca, el Dorado la leyenda vive” no solo en los ámbitos locales de los municipios, sino en ferias internacionales con productos y servicios selectos del departamento y activaciones de marca. 3. Se registro la marca de El Dorado como nuevo bien intangible del Departamento ante la Superintendencia de Industria y Comercio.

## RETOS

1. Dar continuidad al relacionamiento con los medios para mantener el posicionamiento de la imagen del Departamento. 2. Sumar esfuerzos interinstitucionales para que el trabajo adelantado con la Marca Cundinamarca se fortalezca y pueda seguir haciéndose visible el territorio interna y externamente. Máxime, tomando en cuenta la normatividad que impedirá el uso de marcas de Gobierno y obliga a potenciar la territorial. 3. Desarrollar acciones encaminadas a posicionar la marca de El Dorado Radio como la emisora de interés público del departamento de Cundinamarca.

Nombre de la función esencial:

Asesorar al Gobernador, a los secretarios de Despacho, gerentes y en general a los funcionarios de las diferentes dependencias de la Administración Departamental en su relacionamiento con medios de comunicación.

### FUENTE

DECRETO ORDENANZAL 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

### Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Se realizaron asistencias técnicas y reuniones con directivos voceros y funcionarios de diferentes entidades para asesorar las respuestas a entregar a los medios de comunicación cuando fue necesario. Adicionalmente se hizo una lectura permanente de las conversaciones en medios de comunicación y redes sociales, a través del monitoreo, lo que facilitó anticipar respuestas y prevenir crisis.

## LOGROS

1. La Secretaría de Prensa acompañó permanentemente al gobernador y a las entidades en su relación con medios de comunicación. Las asistencias técnicas que se han realizado al respecto han permitido lograr una alta visibilidad regional y nacional de proyectos claves como la creación de la Agencia Comercial de Cundinamarca, el manejo de la pandemia por parte del departamento y el aumento en el recaudo de impuestos. 2. Gracias al acompañamiento a entidades y al monitoreo de medios de comunicación que se ha realizado se han podido contener algunas crisis y afrontar diligentemente las que se han presentado, lo que ha permitido al departamento contar con una imagen reputacional favorable.

## RETOS

1. Actualizar el Manual de Manejo de Crisis conforme a los nuevos roles y necesidades de la nueva Administración, de tal forma que los voceros y la Secretaría de Prensa esté presta a responder a las solicitudes de los medios de comunicación que puedan generar alguna afectación

reputacional. 2. De la mano del anterior, contar con un monitoreo permanente no solo de medios, sino de redes sociales que permitan anticipar crisis y mejorar la asesoría a los voceros.

Nombre de la función esencial:

Dirigir la producción y difusión de contenidos periodísticos y otros formatos comunicativos, así como campañas que mantengan informados de manera clara, oportuna y eficaz a los diferentes grupos de interés de la Entidad acerca de la gestión, programas y proyectos que adelanta.

FUENTE

DECRETO ORDENANZAL 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Desde la Secretaría de Prensa hemos dado respuesta a más de 6.000 solicitudes para diseñar piezas gráficas, cubrir eventos, difundir contenidos de programas y proyectos. Adicionalmente se han prestado más de 80 asistencias técnicas para conceptualizar y construir campañas 360 que han permeado todo el ecosistema comunicativo que manejamos.

### LOGROS

Se impulsó de manera masiva y constante la producción y difusión de campañas comunicativas con más de 600 piezas para radio, así como más de 1.000 contenidos audiovisuales para redes sociales y el programa “Cundinamarca Región que Progresa” de Canal 13, divulgados a través de todos los canales de difusión de la Gobernación de Cundinamarca. Estos contenidos se diseñaron por iniciativa propia, respondiendo a las necesidades comunicativas coyunturales y a través de asesorías a las diferentes entidades, respondiendo a sus necesidades de divulgación y diversos grupos de interés.

### RETOS

Ampliar la cantidad de graficadores que permitan responder a la alta demanda que tiene la Secretaría de Prensa con relación a solicitudes que requieren animación.

Nombre de la función esencial:

Asesorar la construcción, promoción y posicionamiento de las diferentes marcas de la administración departamental, así como supervisar la correcta aplicación de la imagen corporativa.

FUENTE

DECRETO ORDENANZAL 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Para el posicionamiento de la marca Cundinamarca se trabajó armónicamente con la Secretaría de Asuntos Internacionales y se fortaleció el equipo digital desde la Secretaría de Prensa que permitiera proponer y generar contenidos con el estilo y el tono necesario para la estrategia. Además, apoyamos la realización del primer Congreso Internacional de Marketing Territorial, se implementó una campaña de reconocimiento y promoción como método de incentivo a los empresarios galardonados con el Sello Dorado; se colaboró con la Lotería de Cundinamarca para incluir el logo de la marca en las fracciones de los billetes de lotería, llegando a más de 200,000 personas en todo el país cada semana, realizamos concursos de microcuento y fotografía y pautamos con la selección de fútbol femenina de Santa Fe. Estas, entre otras acciones que permitieron tener los logros mencionados.

## LOGROS

1. Se actualizó el registro marcario de Cundinamarca para ampliar la identificación de los productos y servicios más selectos del departamento y generar un mayor activo intangible. 2. Se creó un portafolio de marcas sectoriales, como Kuna Mya, Manar y El Dorado Radio, con las cuales realizamos promoción y fortalecimiento de productos de los sectores del agro, la artesanía y la radiodifusión. 3. Se crearon manuales de marca para garantizar el correcto uso de cada una de ellas en los diferentes formatos y canales de difusión. 4. Se impulsó con la conformación de equipos de trabajo y seguimiento de métricas, las redes sociales de las marcas, lo que ha permitido aumentar en seguidores y alcance de redes como las de Marca Cundinamarca (2.869.169 personas) y El Dorado Radio. 5. Creamos dos nuevas redes sociales, respondiendo a los intereses del público y a las tendencias en Tik tok y Threads. Estos canales funcionan actualmente para la Gobernación de Cundinamarca. 6. Se realizó permanente acompañamiento en la elaboración y construcción del Decreto Departamental 391 de 2022, mediante el cual se dan lineamientos generales para las marcas y demás activos intangibles bajo la titularidad del departamento.

## RETOS

1. Sumar esfuerzos interinstitucionales para que el trabajo adelantado con la Marca Cundinamarca se fortalezca y pueda seguir haciéndose visible el territorio interna y externamente. Máxime, tomando en cuenta la normatividad que impedirá el uso de marcas de Gobierno y obliga a potenciar la territorial. 2. Desarrollar acciones encaminadas a posicionar la marca de El Dorado Radio como la emisora de interés público del departamento de Cundinamarca.

Nombre de la función esencial:

Asesorar el enfoque conceptual y de ejecución en la realización de los diferentes contenidos y piezas de comunicación solicitados y/o propuestos por las diferentes entidades y dependencias de la administración departamental.

### FUENTE

DECRETO ORDENANZA 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

### Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Desarrollo de asistencias técnicas en acompañamiento y asesoría para el diseño de piezas gráficas a entidades de nivel central y descentralizado .

## LOGROS

A la fecha se han atendido 4.241 solicitudes para la elaboración de piezas gráficas y aprobación de artes para la difusión de la gestión de entidades de nivel central y descentralizado. Dentro de las campañas realizadas se destacan las de matrícula de vehículos en Cundinamarca, que han tenido un resultado positivo para la Secretaría de Hacienda y han redundado en un aumento significativo del recaudo.

## RETOS

Ampliar la cantidad de graficadores que permitan responder a la alta demanda que tiene la Secretaría de Prensa con relación a solicitudes que requieren animación.

#### Nombre de la función esencial:

Dirigir la elaboración y promoción de contenidos gráficos y audiovisuales, así como campañas de comunicación que permitan posicionar la imagen del departamento entre sus diferentes grupos de interés.

#### FUENTE

DECRETO ORDENANZAL 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

#### Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Desarrollo de asistencias técnicas en acompañamiento y asesoría para el diseño de campañas y piezas audiovisuales a entidades de nivel central y descentralizado. Preproducción y Producción de los contenidos audiovisuales para la Emisión del Programa de Televisión.

#### LOGROS

Se han atendido 908 solicitudes para la preproducción, producción y postproducción de videos, cuñas, graficación y animación de las campañas de las entidades de los niveles central y descentralizado. Además, se ha realizado la producción de 4 temporadas del Programa de Televisión Cundinamarca Región que Progresa en el Canal 13, teniendo la oportunidad de visibilizar el departamento en el ámbito nacional.

#### RETOS

Ampliar la cantidad de graficadores y editores de la Gobernación de Cundinamarca, que permitan responder a la alta demanda que tiene la Secretaría de Prensa con relación a solicitudes que requieren animación y edición. Por las dinámicas actuales de consumo de contenidos, las solicitudes de formato audiovisual han ido en aumento.

#### Nombre de la función esencial:

Definir, dirigir y administrar mecanismos y canales de comunicación tanto internos como externos que permitan divulgar la información producida por la Administración Departamental.

#### FUENTE

DECRETO ORDENANZAL 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

#### Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Elaboración y divulgación de boletines Internos sobre la gestión mensual de las entidades de nivel central y descentralizado. Elaboración y difusión de cartelera institucional con periodicidad mensual. Elaboración y difusión de piezas graficas para estados de WhatsApp. Elaboración y difusión de piezas gráficas para papel tapiz. Elaboración de piezas gráficas para banner de micrositos.

#### LOGROS

Se incrementaron las publicaciones en redes en formatos gráfico y audiovisual en comunicación externa en respuesta a las necesidades y misionalidades de las diversas secretarías y entidades de la Gobernación de Cundinamarca, fortaleciendo el alcance en las principales plataformas como Facebook (142.798 usuarios), Instagram (39.631) y Twitter (5.611). A nivel de comunicación interna, se estableció una periodicidad mensual de un boletín virtual y se fortaleció, en la misma periodicidad, la cartelera de comunicación interna.

#### RETOS

Se sugiere fortalecer la comunicación interna de la mano de los enlaces de Prensa de cada entidad para nutrir los contenidos que se generan e incluir actividades de integración con la Secretaría de la Función Pública.

Nombre de la función esencial:

Dirigir el Centro de Producción Audiovisual y la Emisora del Departamento.

FUENTE

DECRETO ORDENANZA 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Durante esta administración se abrieron espacios a entidades externas como la CAR, el Ejército y la Policía, así como programas educativos y de divulgación histórica. Se llevaron a cabo mediciones que permitieron en las que se evidencia el posicionamiento de El Dorado Radio; de un universo de 254 consultados, el 90,6% contestó conocer la emisora. Adicionalmente, se ampliaron los contenidos musicales para obtener una mayor audiencia de acuerdo con los resultados obtenidos en la encuesta. En el marco de la función se realizaron los contratos de licencias, servicio de internet y pagos como los de Sayco y Acinpro, claves para el funcionamiento de la emisora.

LOGROS

El Centro de Producción Audiovisual tomó una posición más ofensiva y se encargó de proponer contenidos y estrategias comunicativas a las diversas dependencias, incrementando las asesorías para cumplir con los objetivos de una comunicación eficaz, eficiente y asertiva. En este sentido, se produjeron 70 capítulos del programa Cundinamarca Región que Progresa abordando la totalidad de las provincias del departamento en el espacio. En la emisora El Dorado Radio se incrementó a más de 50 el número de programas para completar una parrilla diversa, multicultural y vinculante con municipios, así como con secretarías y entidades descentralizadas. Se logró gestionar, de la mano de la Secretaría General, una obra civil que permite a El Dorado Radio y a la Gobernación de Cundinamarca contar con un espacio en calidad de comodato para la instalación y puesta en servicio una antena propia que permita una operación autónoma en el servicio radiofónica. Adicionalmente, se llevó a cabo la adecuación técnica en la sede de la emisora que redundar en una mayor calidad operativa. A través de transmisiones especiales en ferias de servicios y la ruta navideña se fortaleció la imagen de la emisora en poblaciones como Ubaté, Zipaquirá, Cajicá, La Calera y La Vega.

RETOS

Realizar la activación del contrato para terminar la obra de la antena y llevar a cabo la gestión para la conexión de energía eléctrica para la puesta en servicio de la antena de la emisora el Dorado Radio en el predio de Gachancipá y contar con un respaldo que permita preveer los cortes de luz. Es indispensable incluir en la nómina del departamento personas base para el funcionamiento de la emisora, pues actualmente no cuenta con ninguna persona de planta. Esta situación pone en riesgo la transmisión, que debe ser permanente. Estar fuera del aire puede acarrear sanciones para el departamento.

Nombre de la función esencial:

Establecer, dirigir y administrar mecanismos de monitoreo que permitan establecer la percepción de la opinión pública respecto de la gestión, programas, proyectos y servicios prestados por el Departamento.

#### FUENTE

DECRETO ORDENANZAL 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

#### Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Adicionalmente se hizo una lectura permanente de las conversaciones en medios de comunicación y redes sociales, a través del monitoreo, lo que facilitó anticipar respuestas y prevenir crisis.

#### LOGROS

Gracias al acompañamiento a entidades y al monitoreo de medios de comunicación que se ha realizado se han podido contener algunas crisis y afrontar diligentemente las que se han presentado, lo que ha permitido al departamento contar con una imagen reputacional favorable.

#### RETOS

1. Actualizar el Manual de Manejo de Crisis conforme a los nuevos roles y necesidades de la nueva Administración, de tal forma que los voceros y la Secretaría de Prensa esté presta a responder a las solicitudes de los medios de comunicación que puedan generar alguna afectación reputacional. 2. De la mano del anterior, contar con un monitoreo permanente no solo de medios, sino de redes sociales que permitan anticipar crisis y mejorar la asesoría a los voceros.

#### Nombre de la función esencial:

Dar respuesta oportuna a las solicitudes de información de los diferentes grupos de interés, así como rectificar oportunamente toda información inexacta que circule sobre el Departamento o que se encuentre relacionada con la gestión, programas, proyectos y servicios prestados por la Entidad Territorial.

#### FUENTE

DECRETO ORDENANZAL 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

#### Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Respuesta de solicitudes de peticiones, quejas y reclamos.

#### LOGROS

La Secretaría de Prensa y Comunicaciones, en lo transcurrido del cuatrienio ha dado respuesta a 116 solicitudes de información radicadas formalmente, por los grupos de interés, sobre los programas, funciones y proyectos ejecutados.

#### RETOS

Dar continuidad a la respuesta oportuna de diferentes grupos de interés y antes de control es clave para evitar sanciones. Se recomienda estar atentos a las fechas de cierres y respuestas que deben aportarse.

#### Nombre de la función esencial:

Dirigir y orientar las estrategias de comunicación de crisis cuando se requiera con el fin de minimizar el impacto negativo generado por información inexacta o tendenciosa contra la Administración Departamental.

#### FUENTE

DECRETO ORDENANZAL 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

#### Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Se elaboró manual de crisis para el manejo de emergencias y situaciones, con el fin de minimizar el impacto negativo en la imagen del departamento.

#### LOGROS

Gracias al acompañamiento a entidades y al monitoreo de medios de comunicación que se ha realizado se han podido contener algunas crisis y afrontar diligentemente las que se han presentado, lo que ha permitido al departamento contar con una imagen reputacional favorable.

#### RETOS

Continuar realizando una lectura permanente de las conversaciones en medios de comunicación para anticipar respuestas y prevenir crisis.

#### Nombre de la función esencial:

Determinar con las dependencias y entidades del sector central y descentralizado los procedimientos de comunicación que permitan la generación de la información y comunicación que por mandato legal le corresponde al Departamento suministrar a los órganos de control.

#### FUENTE

DECRETO ORDENANZAL 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

#### Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Se realizó actualización documental 38 documentos del Proceso de Comunicaciones, se actualizaron manuales y se crearon nuevos. Todos se encuentran en la plataforma Isolucion de la Gobernación de Cundinamarca.

#### LOGROS

Se establecieron Procedimientos, protocolos y manuales para el manejo de la comunicación interna, tales como el manual de imagen, el de crisis, el de la emisora El Dorado Radio y el manual de marca Cundinamarca. Además, se mantuvo el reporte de la Matriz de Comunicaciones que permite llevar un control de lo que se comunica, cuándo y cómo. A este formato se le hicieron modificaciones en esta Administración para responder eficientemente a las solicitudes de información que recibe la Secretaría.

#### RETOS

Es importante actualizar los manuales existentes conforme a las nuevas necesidades de la Administración entrante y dar continuidad al monitoreo de redes de entidades centralizadas y descentralizadas que faciliten el control del uso de marca e imagen institucional de la Gobernación de Cundinamarca.

#### Nombre de la función esencial:

Propender el suministro de información veraz y oportuna para el proceso de rendición de cuentas públicas y que ésta sea comunicada de manera efectiva a través de los canales correspondientes.

#### FUENTE

DECRETO ORDENANZAL 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

#### Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Para hacer realidad las estrategias se creó una imagen propia que diferencia los contenidos y la articulación del ecosistema digital con el que contamos actualmente. Así mismo, se integró con

los contenidos de El Dorado Radios y los medios de comunicación que hacen parte del Plan de Medios.

#### LOGROS

Dentro de las estrategias para motivar la participación de las comunidades se propuso y ejecutó la Estrategia de Comunicaciones titulada "En Cundinamarca Rendimos Cuentas", que consiste en una serie de tácticas llevadas a cabo con la Secretaría de Planeación en la que se propiciaron espacios presenciales y virtuales con encuestas y streaming para socializar los proyectos, pero también para tener la retroalimentación de la comunidad. Dentro de las estrategias también se destaca la Rendición de Cuentas de Niños, niñas y Adolescentes con la Secretaría de Desarrollo Social.

#### RETOS

Se recomienda reforzar las activaciones presenciales, para generar mayor participación por parte de los grupos de interés de la rendición de cuentas.

Nombre de la función esencial:

Establecer mecanismos y estrategias de comunicación que permitan aumentar la participación de las comunidades del Departamento en la formulación e implementación de políticas públicas, así como la recolección y registro de información con destino a los funcionarios de la administración con el fin de que esta incida y facilite una mejor toma de decisiones.

FUENTE

DECRETO ORDENANZAL 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

#### Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Se realizó monitoreo constante a medios de comunicación y encuestas a través de las redes sociales, que nos facilitó contar con información actualizada de lo que sucede en los territorios y lo que opina la gente.

#### LOGROS

Dentro de las estrategias para motivar la participación de las comunidades se propuso y ejecutó la Estrategia de Comunicaciones titulada "En Cundinamarca Rendimos Cuentas", y se realizaron sondeos a través de redes sociales para conocer la opinión de los usuarios sobre diferentes temas. Adicionalmente, con el monitoreo realizado a diario, se reporta información al gobernador y a los secretarios para estar atentos sobre temas específicos o tomar decisiones cuando sé es necesario, de tal forma que se puedan prevenir crisis o responder con agilidad a los medios de comunicación.

#### RETOS

Es necesario hacer más sondeos y encuestas que permitan captar información valiosa para la toma de decisiones.

Nombre de la función esencial:

Asesorar y facilitar la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación en el Departamento, que permitan aumentar la participación y el control ciudadano.

FUENTE

DECRETO ORDENANZAL 510 - 26 DICIEMBRE 2022 - CAPITULO 4 - ARTICULO 18

#### Descripción de las actividades realizadas en el marco de la función:

Se trabajó en articulación con la Asamblea Departamental en la construcción de la Ordenanza y se hizo gestión cada año para contar con jurados idóneos del premio Antonio Nariño. Adicionalmente se hizo gestión con entidades para la formación y estuvimos en una constante búsqueda de herramientas que realmente fortalecieran a los medios. Además, para la toma de decisiones realizamos dos encuestas, una en el 2020 y otra en el 2022 a los medios de comunicación de Cundinamarca, lo cual nos permitió enfocar los temas de formación que realizamos.

### LOGROS

1. Se gestionó por Ordenanza la condecoración Antonio Nariño, que reconoce los trabajos periodísticos de los medios de comunicación regionales del departamento, como una manera de dar a conocer su trabajo y apoyar lo que hacen en el territorio. 2. Realizamos diferentes procesos formativos para los periodistas regionales en alianza con entidades como El SENA, El Tiempo y la Universidad Externado de Colombia. De esta forma, fortalecimos sus conocimientos en temas claves y actuales relacionados con su quehacer periodístico y el marketing de sus medios. 3. Por primera vez se entregaron kits tecnológicos a los medios de comunicación regionales de Cundinamarca, para fortalecer el trabajo de sus medios en los territorios. Fueron en total 130 kits, entregados en dos versiones, que contaron con herramientas como luces, cámaras, computadores, micrófonos y estabilizadores.

### RETOS

1. Gestionar un nuevo proceso formativo que siga mejorando las condiciones de los medios de comunicación regionales. 2. Continuar realizando la condecoración Antonio Nariño y seguir mejorando los incentivos que se entregan, pues este premio ha servido de motivación para mejorar el trabajo periodístico, para muchos medios.

## 5. Información sobre participación ciudadana, concertación o consulta previa con comunidades étnicas

NOMBRE DEL ACUERDO	GRUPO POBLACIONAL BENEFICIADO	DESCRIPCIÓN GENERAL DEL ACUERDO	ESTADO DEL ACUERDO	VALOR DE LOS COMPROMISOS (En millones de pesos)	VALOR EJECUTADO (en millones de pesos)	VALOR APROPIADO (en millones de pesos)	DEPENDENCIA RESPONSABLE
No aplica para la Secretaria de Prensa y Comunicaciones							

## 6. Atención y Reparación en materia de víctimas

A continuación se relacionan acciones específicas que haya realizado la entidad para atender y reparar víctimas conforme a la Ley 1448 de 2011 y los diferentes componentes de la política pública de víctimas

Desde la Secretaria de Prensa y Comunicaciones no se realizaron acciones específicas que beneficiaran a la población Víctima, sin embargo mediante la ejecución de las metas del Plan de Desarrollo se realizó la divulgación de Información de las diferentes Secretarías y Entidades en relación a la Política pública de Víctimas y los resultados de la Gestión.

## 7. Proyectos no ejecutados o por ejecutar

En este punto encontrará el detalle de los programas y proyectos que, si bien tienen una proyección en la gestión, en el periodo de gobierno 2020- 2023 no se pudieron ejecutar completamente y por lo tanto se debe continuar su ejecución en el siguiente periodo 2024-2027.

Nombre del proyecto	Descripción	Valor proyecto	Entidades aportantes	Valor ejecutado	Estado actual
N/A para la Secretaria de Prensa					No aplica , No existen Proyectos no ejecutados o por ejecutar

## 8. Gestión de recursos

### 8.1. Recursos financieros

A continuación, encontrará el detalle de los recursos financieros, muebles e inmuebles y humanos utilizados durante el periodo 2020-2023.

TIPO DE GASTO	AÑO	RECURSOS APROPIADOS PROPIOS	RECURSOS APROPIADOS SGP	RECURSOS APROPIADOS CONVENIOS CON LA NACIÓN	RECURSOS APROPIADOS NACIONALES	CONVENIOS APROPIADOS DEPARTAMENTALES	CONVENIOS APROPIADOS MUNICIPALES
Inversión	2020	1,895,580,000	0	0	0	0	0

RECURSOS EJECUTADOS PROPIOS	RECURSOS EJECUTADOS SGP	RECURSOS EJECUTADOS CONVENIOS CON LA NACIÓN	RECURSOS EJECUTADOS NACIONALES	CONVENIOS EJECUTADOS DEPARTAMENTALES	CONVENIOS EJECUTADOS MUNICIPALES	TOTAL RECURSOS APROPIADOS	TOTAL RECURSOS EJECUTADOS
1,717,334,088	0	0	0	0	0	1,895,580,000	1,717,334,088
Inversión	2021	8,034,497,557	0	0	0	0	0

RECURSOS EJECUTADOS PROPIOS	RECURSOS EJECUTADOS SGP	RECURSOS EJECUTADOS CONVENIOS CON LA NACIÓN	RECURSOS EJECUTADOS NACIONALES	CONVENIOS EJECUTADOS DEPARTAMENTALES	CONVENIOS EJECUTADOS MUNICIPALES	TOTAL RECURSOS APROPIADOS	TOTAL RECURSOS EJECUTADOS
8,020,125,119	0	0	0	0	0	8,034,497,557	8,020,125,119
Inversión	2022	11,458,221,304	0	0	0	0	0

RECURSOS EJECUTADOS PROPIOS	RECURSOS EJECUTADOS SGP	RECURSOS EJECUTADOS CONVENIOS CON LA NACIÓN	RECURSOS EJECUTADOS NACIONALES	CONVENIOS EJECUTADOS DEPARTAMENTALES	CONVENIOS EJECUTADOS MUNICIPALES	TOTAL RECURSOS APROPIADOS	TOTAL RECURSOS EJECUTADOS
11,457,998,637	0	0	0	0	0	11,458,221,304	11,457,998,637
Inversión	2023	11,960,000,000	0	0	0	0	0

RECURSOS EJECUTADOS PROPIOS	RECURSOS EJECUTADOS SGP	RECURSOS EJECUTADOS CONVENIOS CON LA NACIÓN	RECURSOS EJECUTADOS NACIONALES	CONVENIOS EJECUTADOS DEPARTAMENTALES	CONVENIOS EJECUTADOS MUNICIPALES	TOTAL RECURSOS APROPIADOS	TOTAL RECURSOS EJECUTADOS
11,370,045,790	0	0	0	0	0	11,960,000,000	11,370,045,790
Inversión	2020	1,895,580,000	0	0	0	0	0

RECURSOS EJECUTADOS PROPIOS	RECURSOS EJECUTADOS SGP	RECURSOS EJECUTADOS CONVENIOS CON LA NACIÓN	RECURSOS EJECUTADOS NACIONALES	CONVENIOS EJECUTADOS DEPARTAMENTALES	CONVENIOS EJECUTADOS MUNICIPALES	TOTAL RECURSOS APROPIADOS	TOTAL RECURSOS EJECUTADOS
1,717,334,088	0	0	0	0	0	1,895,580,000	1,717,334,088
Inversión	2021	8,034,497,557	0	0	0	0	0

RECURSOS EJECUTADOS PROPIOS	RECURSOS EJECUTADOS SGP	RECURSOS EJECUTADOS CONVENIOS CON LA NACIÓN	RECURSOS EJECUTADOS NACIONALES	CONVENIOS EJECUTADOS DEPARTAMENTALES	CONVENIOS EJECUTADOS MUNICIPALES	TOTAL RECURSOS APROPIADOS	TOTAL RECURSOS EJECUTADOS
8,020,125,119	0	0	0	0	0	8,034,497,557	8,020,125,119
Inversión	2022	11,458,221,304	0	0	0	0	0

RECURSOS EJECUTADOS PROPIOS	RECURSOS EJECUTADOS SGP	RECURSOS EJECUTADOS CONVENIOS CON LA NACIÓN	RECURSOS EJECUTADOS NACIONALES	CONVENIOS EJECUTADOS DEPARTAMENTALES	CONVENIOS EJECUTADOS MUNICIPALES	TOTAL RECURSOS APROPIADOS	TOTAL RECURSOS EJECUTADOS
11,457,998,637	0	0	0	0	0	11,458,221,304	11,457,998,637
Inversión	2023	14,560,000,000	0	0	0	0	0

RECURSOS EJECUTADOS PROPIOS	RECURSOS EJECUTADOS SGP	RECURSOS EJECUTADOS CONVENIOS CON LA NACIÓN	RECURSOS EJECUTADOS NACIONALES	CONVENIOS EJECUTADOS DEPARTAMENTALES	CONVENIOS EJECUTADOS MUNICIPALES	TOTAL RECURSOS APROPIADOS	TOTAL RECURSOS EJECUTADOS
11,370,045,790	0	0	0	0	0	14,560,000,000	11,370,045,790
Inversión	2020	1,895,580,000	0	0	0	0	0

RECURSOS EJECUTADOS PROPIOS	RECURSOS EJECUTADOS SGP	RECURSOS EJECUTADOS CONVENIOS CON LA NACIÓN	RECURSOS EJECUTADOS NACIONALES	CONVENIOS EJECUTADOS DEPARTAMENTALES	CONVENIOS EJECUTADOS MUNICIPALES	TOTAL RECURSOS APROPIADOS	TOTAL RECURSOS EJECUTADOS
1,717,334,088	0	0	0	0	0	1,895,580,000	1,717,334,088
Inversión	2021	8,034,497,557	0	0	0	0	0

RECURSOS EJECUTADOS PROPIOS	RECURSOS EJECUTADOS SGP	RECURSOS EJECUTADOS CONVENIOS CON LA NACIÓN	RECURSOS EJECUTADOS NACIONALES	CONVENIOS EJECUTADOS DEPARTAMENTALES	CONVENIOS EJECUTADOS MUNICIPALES	TOTAL RECURSOS APROPIADOS	TOTAL RECURSOS EJECUTADOS
8,020,125,119	0	0	0	0	0	8,034,497,557	8,020,125,119
Inversión	2022	11,458,221,304	0	0	0	0	0

RECURSOS EJECUTADOS PROPIOS	RECURSOS EJECUTADOS SGP	RECURSOS EJECUTADOS CONVENIOS CON LA NACIÓN	RECURSOS EJECUTADOS NACIONALES	CONVENIOS EJECUTADOS DEPARTAMENTALES	CONVENIOS EJECUTADOS MUNICIPALES	TOTAL RECURSOS APROPIADOS	TOTAL RECURSOS EJECUTADOS
11,457,998,637	0	0	0	0	0	11,458,221,304	11,457,998,637
Inversión	2023	14,560,000,000	0	0	0	0	0

RECURSOS EJECUTADOS PROPIOS	RECURSOS EJECUTADOS SGP	RECURSOS EJECUTADOS CONVENIOS CON LA NACIÓN	RECURSOS EJECUTADOS NACIONALES	CONVENIOS EJECUTADOS DEPARTAMENTALES	CONVENIOS EJECUTADOS MUNICIPALES	TOTAL RECURSOS APROPIADOS	TOTAL RECURSOS EJECUTADOS
14,505,000,000	0	0	0	0	0	14,560,000,000	14,505,000,000

## Recursos Financieros SGR

NÚMERO META DE PRODUCTO	FUENTE DE FINANCIACIÓN	AÑO	APROPIACIÓN TOTAL	TOTAL RPC
-------------------------	------------------------	-----	-------------------	-----------

## 8.2. Recursos muebles e inmuebles

La entidad cuenta con bienes muebles e inmuebles, para visualizar con mayor detalle diríjase al Anexo 2.

### 8.3. Recursos humanos

NÚMERO DE PROVISIONALES	NÚMERO DE CARRERA	NÚMERO LIBRE NOMBRAMIENTO Y REMOCIÓN	RESUMEN DE LA GESTIÓN FINANCIERA	TOTAL_ELECCION_POPULAR	NUMERO_TOTAL_TRAB	TOTAL_TRAB_OFICIALES	DESCRIPCIÓN
6	9	7		0	22		Información de Funcionarios del Nivel Central Gobernación de Cundinamarca - Planta al 30-11-2023 Sistema KACTUS-HCM

NATURALEZA DEL CARGO	DENOMINACION DE CARGOS	CODIGO DEL CARGO	GRADO	NUMERO DE CARGOS
ESCALAFONADO	SECRETARIO EJECUTIVO	42506	6.	1
ESCALAFONADO	CONDUCTOR MECANICO	48206	6.	1
ESCALAFONADO	PROFESIONAL UNIVERSITARIO	21903	3.	2
ESCALAFONADO	PROFESIONAL UNIVERSITARIO	21904	4.	1
ESCALAFONADO	PROFESIONAL ESPECIALIZADO	22208	8.	1
ESCALAFONADO	TECNICO OPERATIVO	31401	1.	1
ESCALAFONADO	TECNICO OPERATIVO	31404	4.	2
LIBRE NOMBRAMIENTO Y REMOCION	ASESOR	10501	1.	2
LIBRE NOMBRAMIENTO Y REMOCION	ASESOR	10506	6.	1
LIBRE NOMBRAMIENTO Y REMOCION	SECRETARIO DE DESPACHO	02011	11	1
LIBRE NOMBRAMIENTO Y REMOCION	DIRECTOR TECNICO	00903T	3.	2
LIBRE NOMBRAMIENTO Y REMOCION	TECNICO OPERATIVO	31404	4.	1
PROVISIONAL	AUXILIAR ADMINISTRATIVO	40704	4.	1
PROVISIONAL	CONDUCTOR MECANICO	48204	4.	2
PROVISIONAL	PROFESIONAL UNIVERSITARIO	21904	4.	1

PROVISIONAL	TECNICO OPERATIVO	31404	4.	2
-------------	-------------------	-------	----	---

CORTE	TIPO DE CARGO	NUMERO TOTAL DE CARGOS	NUMERO DE CARGOS PROVISTOS	NUMERO DE CARGOS VACANTES	TOTAL
December 31, 2019	CARRERA	15	14	1	15
December 31, 2019	ELECCIÓN POPULAR	0	0	0	0
December 31, 2019	LIBRE NOMBRAMIENTO	6	2	4	6
December 31, 2019	PROVISIONAL	0	0	0	0
November 29, 2023	CARRERA	17	15	2	17
November 29, 2023	ELECCIÓN POPULAR	0	0	0	0
November 29, 2023	LIBRE NOMBRAMIENTO	6	6	0	6
November 29, 2023	PROVISIONAL	0	0	0	0
November 29, 2023	TRABAJADOR OFICIAL	0	0	0	0

## 9. Gobierno digital

En este apartado encontrará un informe de manera detallada de los diferentes sistemas de información digitales, internos y externos que desde su entidad han manejado durante el periodo 2020-2023.

NOMBRE DE LA HERRAMIENTA	DIRECCIÓN WEB (URL)	ENTIDAD QUE PROVEE EL SISTEMA	DESCRIPCIÓN DE LA HERRAMIENTA	OBSERVACIONES	INTERNO/EXTERNO
	<a href="https://www.cundinamarca.gov.co/lut/p/z0/04_Sj9CPykyssy0xPLMnMz0vMAfj8nKt8jNTrMoLivV88tMz8_QLsh0VAZSk7Xs!/">https://www.cundinamarca.gov.co/lut/p/z0/04_Sj9CPykyssy0xPLMnMz0vMAfj8nKt8jNTrMoLivV88tMz8_QLsh0VAZSk7Xs!/</a>	HCL Darcatec	PORTAL WEB CORPORATIVO - Sede electrónica de la Gobernación de Cundinamarca la cual expone trámites, servicios, noticias e información de interés al ciudadano	Activo	INTERNO

## 10. Gestión Contractual

A continuación, podrá encontrar la información relacionada con la contratación realizada desde la Secretaría/Entidad dentro del periodo 2020 – 2023. Así como también, podrá encontrar la relación de contratos celebrados en periodos anteriores y que se encuentran en liquidación y también los contratos pendientes por iniciar la etapa de liquidación.

Recuerde que si tiene dudas o desea obtener información al detalle sobre alguno de los contratos a continuación mencionados podrá acceder a los sistemas de información dispuestos desde la Secretaría Jurídica del departamento y la nación.

### 10.1. Relación de la contratación celebrada y/o en ejecución durante el periodo del gobierno saliente

MODALIDAD	NÚMERO DE CONTRATOS	VALOR DE LOS CONTRATOS	NÚMERO DE PROCESOS SECOP	TOTAL	OBSERVACIONES
Contratación Directa	282	30,012,557,374	288	37,874,934,567	
Contratación Directa (con ofertas)	2	7,112,216,743	288	37,874,934,567	
IAD - Acuerdo Marco	2	75,160,800	288	37,874,934,567	
Selección Abreviada	2	674,999,650	288	37,874,934,567	

### 10.2. Relación de los contratos o convenios pendientes de liquidación (incluye contratos celebrados en periodos de gobiernos anteriores).

Para ver a detalle la relación de los contratos o convenios ver el Anexo 3.

### 10.3 Contratos en liquidación

NÚMERO DE CONTRATO	NOMBRE DEL CONTRATISTA	OBJETO DEL CONTRATO/CONVENIO	VALOR DEL CONTRATO	VALOR DEL CONTRATO	PLAZO DE EJECUCIÓN	FECHA DE TERMINACIÓN DEL CONTRATO/CONVENIO	FECHA LIMITE DE LIQUIDACIÓN	SALDO A FAVOR DEL DEPARTAMENTO	VALOR	OBSERVACIONES
--------------------	------------------------	------------------------------	--------------------	--------------------	--------------------	--	-----------------------------	--------------------------------	-------	---------------

## 11. Gestión jurídica y administrativa

En este punto encontrará toda la información relacionada con los procesos jurídicos y/o administrativos en los que su entidad se encuentre inmerso. Recuerde en este punto, que la Secretaría Jurídica es la encargada de realizar la tarea de defensa judicial de las secretarías del sector central.

AÑO	FECHA DE RADICACIÓN	PARTES DEL PROCESO	DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	CLASE DE PROCESO	ESTADO DEL PROCESO
		La Secretaria de Prensa no tiene actuaciones jurídicas administrativas.			

## 12. Planes de mejoramiento en estado abierto.

En este apartado encontrara los planes de mejoramiento, tanto internos como externos, que al momento de finalizar el periodo 2020-2023 se encuentran en estado abierto. También encontrara en detalle las connotaciones de los distintos planes de mejoramiento.

### SELECCIONE EL TIPO DE AUDITORÍA

AUDITORIA EXTERNA

### VIGENCIA AUDITADA

La secretaria de Prensa Y Comunicaciones no Tiene Planes de Auditoria abiertos

### SELECCIONE EL TIPO DE AUDITORÍA

AUDITORIA INTERNA

### VIGENCIA AUDITADA

No existen planes de mejoramiento abiertos

## 13. Gestión Documental

Este apartado encontrara las tablas de retención documental que se mostrarán en la sección de Anexos, divididas de acuerdo con la normatividad interna de la Gobernación.

## 14. Articulación Institucional

A continuación, podrá encontrar las diferentes juntas directivas, mesas de participación y comités a en los cuales participa. Además, podrá encontrar la calidad en la que asiste a cada una de estas y si hay alertas u observaciones en cada una de ellas

TIPO DE ASISTENCIA	NOMBRE DE LA INSTANCIA	NÚMERO DE ACTO ADMINISTRATIVO	DESCRIPCIÓN DE LA INSTANCIA	PERIODICIDAD DE LAS REUNIONES	ALERTAS IDENTIFICADAS
INSTANCIAS EN LAS QUE TIENE LA DELEGACIÓN DEL SR GOBERNADOR	Junta Administradora Regional TV Andina	Decreto 151 DE 2021	JUNTA DE SOCIOS Y JUNTA DIRECTIVA DEL CANAL REGIONAL DE TELEVISION TEVEANDINA LTDA.	CUANDO SE REQUIERE	-ESPECIFICAR EN EL DECRETO DE DELEGACIÓN , QUE SU APLICABILIDAD ES PARA REPRESENTAR AL GOBERNADOR EN LAS JUNTAS Y ASAMBLEAS CON VOZ Y VOTO.
INSTANCIAS A LOS QUE PERTENECE O PARTICIPA COMO ASISTENTE	Comite Tecnico Marca Cundinamarca	Decreto 391 de 2022	Instancia para autorizar el manejo y buen uso de las mismas, su posicionamiento y las condiciones o parámetros	Trimestral	

			para el uso de la marca por parte de los particulares.		
INSTANCIAS A LOS QUE PERTENECE O PARTICIPA COMO ASISTENTE	Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Decreto 509 del 26 de diciembre de 2022	Mesa Tematica Rendición de Cuentas	Cada que se requiera	
INSTANCIAS A LOS QUE PERTENECE O PARTICIPA COMO ASISTENTE	Comité Institucional de Gestión y Desempeño	Decreto 509 del 26 de diciembre de 2022	Mesa Tematica Transparencia , acceso a la Información y Lucha contra la corrupción	Cuando se requiera	
INSTANCIAS EN LAS QUE TIENE LA DELEGACIÓN DEL SR GOBERNADOR	Consejo Departamental de Cinematografía y Audiovisuales	Decreto 212 de 2021	Representación del Gobernador ante el consejo de Cinematografía y audiovisuales.	Cuando se requiera	

## 15. Informes a cargo de la entidad

TIPO_INFORME	NOMBRE DEL INFORME	DEPENDENCIA QUE REPORTA	ENTIDAD A LA QUE SE REPORTA	PERIODICIDAD DEL INFORME	FECHA DE PRESENTACIÓN	LINK O DIRECCIÓN DONDE SE REPORTA
externo	Reporte Contratación		Contraloría de Cundinamarca	Mensual		<a href="https://siaobserva.auditoria.gov.co/Login.aspx?redirect=Inicio">https://siaobserva.auditoria.gov.co/Login.aspx?redirect=Inicio</a>
externo	Rendición de Cuenta Anual Sia Contraloría		Contraloría de Cundinamarca	Anual		<a href="https://siacontralorias.auditoria.gov.co/index.aspx?xalert=Tarjeta:%20(2022423lchaparro)%20inexistente,%20clave%20errada%20o%20no%20disponible">https://siacontralorias.auditoria.gov.co/index.aspx?xalert=Tarjeta:%20(2022423lchaparro)%20inexistente,%20clave%20errada%20o%20no%20disponible</a>
interno	Monitoreo Plan Anticorrupción		Secretaría de Planeación	Cuatrimestral		Se envía por correo Electrónico en Formato Establecido
interno	Informe Asistencia Técnica		Secretaría de Planeación	Trimestral		Se envía por correo Electrónico en Formato Establecido
interno	Avance Plan de Acción		Secretaría de Planeación	Mensual		<a href="https://www.cundinamarca.gov.co/myportal/narino.gc/segplanaccion">https://www.cundinamarca.gov.co/myportal/narino.gc/segplanaccion</a>
interno	Informe Delegación Junta Canal Regional Tvandina	Secretaría de Prensa y Comunicaciones	Despacho del Gobernador	Por cada Reunión a la que se asista		Se envía por correo Electrónico en Formato Establecido
interno	Informe Proceso de Comunicaciones	Secretaría de Prensa y Comunicaciones	Dirección de Desarrollo Organizacional	Trimestral		Se envía por correo Electrónico en Formato Establecido

## 16. Temas sobre los cuales debe dar prioridad

En este ítem encontrará aquellos temas que el equipo saliente del periodo 2020-2023 de la Secretaría ha encontrado como urgentes para resolver dentro de los primeros días de gestión del periodo 2024 – 2027.

### 16.1. Relacionadas con contratación para garantizar la prestación de servicios:

- Realizar Contratación de Plan de Medios Nacionales y Regionales.
- Adelantar la gestión para la contratación de personal para el funcionamiento de la emisora.

- Realizar el pago de los derechos de SAYCO y ACINPRO y Ministerio de TICS. Por funcionamiento de la Emisora
- Realizar pago de licencias, streaming, servicios de internet de respaldo de estudios y transmisores para hacer la conexión de la Emisora Bogotá- Gachancipa.
- Realizar pago Dominio Pagina Web Emisora el Dorado Radio

### 16.2. Relacionadas con temas administrativos y/o logísticos:

- Realizar rendición de Cuenta Anual SIA Contralorías.
- Realizar actualización de parámetros de contratación en la plataforma SIA observa.
- Realizar la conmemoración del día del periodista, que se celebra el 9 de febrero, reglamentado por Ordenanza 005 de 2020 y modificada por la Ordenanza 091 de 2022.
- Adelantar la gestión para el traslado de personal de planta que realice funciones de planeación, contratación y presupuesto.
- Continuar la ejecución de los contratos SPC-CMC-085-2023 y SPC-CMC-086-2023, suscritos con la firma GLOBAL SERVICES E.U., los cuales debieron ser suspendidos ante la imposibilidad actual de trasladar los equipos (torre, antenas y contenedor) hacia lo alto del cerro de Toca.
- Adelantar la gestión con la Secretaria de Hacienda para el pago de las reservas Presupuestales constituidas para el pago de los contratos SPC-CMC-085-2023 y SPC-CMC-086-2023.
- Designar Enlace de la Secretaria de Prensa en las mesas para la Construcción del Plan de Desarrollo.

### 16.3. Recomendaciones y/o sugerencias que no son de prioridad dentro de los 100 primeros días

- Realizar liquidación del contrato SPC-CDCTI-051-023 después de realizar liquidación de contratación derivada por parte de Fondecun.
- Adelantar la gestión para la contratación de Interpretes de lengua de señas.
  - Adelantar la gestión para la Actualización de la planta de personal de la Secretaria.

## 17. Recomendaciones y/o sugerencias generales

### RECOMENDACIONES Y/O SUGERENCIAS

Seguir Fortaleciendo la relación con los medios de comunicación nacionales y regionales. Fortalecer los enlaces de prensa de cada una de las secretarias y/o entidades descentralizadas

### Atentamente



**LINNA ESPERANZA CHAPARRO OSPINA**

**Secretaria de Prensa y Comunicaciones 2021-2023**