

FORMATO ÚNICO ACTA DE INFORME DE GESTIÓN

(Ley 951 de marzo 31 de 2005)

1. DATOS GENERALES

A. NOMBRE DEL FUNCIONARIO RESPONSABLE: Ruth Myriam López Castro

B. CARGO: Jefe Asesora de Comunicaciones

C. ENTIDAD (RAZÓN SOCIAL): Alcaldía Municipal de Sopó

D. CIUDAD Y FECHA: Sopó, Cundinamarca -27 de diciembre 2023

E. FECHA DE INICIO DE LA GESTIÓN: Enero 01 de 2020

F. CONDICIÓN DE LA PRESENTACIÓN: Presentación informe de gestión vigencia 2020-2023

2. INFORME RESUMIDO O EJECUTIVO DE LA GESTIÓN

Durante el cuatrienio, la Oficina Asesora de Comunicaciones de la Administración Municipal "Sopó es Nuestro Tiempo" ha tenido una labor fundamental en la difusión de la gestión y los proyectos que han sido llevados a cabo por la administración. A través de diversas estrategias de comunicación, se han utilizado diferentes canales para mantener informada a la comunidad sobre las acciones y logros alcanzados por todas las dependencias de la Administración Municipal "Sopó es Nuestro Tiempo"

Además, se ha promovido la participación ciudadana, fomentando el diálogo y la interacción con la comunidad para asegurar una comunicación efectiva y transparente. En este sentido, se han realizado diversas actividades y se han creado espacios de participación que han permitido a la comunidad expresar sus inquietudes y opiniones acerca de las decisiones tomadas por la administración.

De esta manera hemos cumplido con éxito su función de informar y promover la participación ciudadana en la gestión y proyectos desarrollados por la administración durante el periodo comprendido del 2020-2023.

| |
|--|
| 1. Meta de producto: Fortalecer y mantener el funcionamiento de la emisora de interés público Sopó FM 95.6 nuestra radio. |
|--|

| |
|--|
| Durante la vigencia 2020-2023, se logró fortalecer y mantener el funcionamiento de la emisora de interés público Sopó Fm 95.6 nuestra radio, a pesar de los desafíos presentados por la emergencia sanitaria por la pandemia. Se implementaron |
|--|

medidas de bioseguridad para garantizar la salud de los trabajadores de la emisora y se adaptaron los procesos de producción para seguir brindando información y entretenimiento a la comunidad.

Se realizaron capacitaciones virtuales para el personal de la emisora, para mejorar la calidad de los contenidos y se establecieron alianzas con otros medios de comunicación para ampliar la difusión de la programación. Además, se hizo un mantenimiento a los equipos y se mejoró la infraestructura de la emisora para garantizar un servicio de calidad a la comunidad.

Durante la pandemia, muchas empresas y organizaciones tuvieron que adaptarse y encontrar nuevas formas de operar. Sopó FM 95.6 es un gran ejemplo de cómo se puede mantener el funcionamiento de una emisora de radio de interés público en medio de una crisis sanitaria. Algunas de las medidas que tomaron para asegurar su continuidad fueron:

- Implementar el trabajo remoto para reducir el riesgo de contagio entre el personal.
- Reducir el número de personas en la sede para cumplir con las medidas de distanciamiento social.
- Cambiar la programación para incluir información relevante sobre la pandemia y ofrecer contenidos de entretenimiento para hacer frente al confinamiento.
- Establecer alianzas con otras emisoras y medios locales para compartir información y recursos.

Gracias a estas medidas, Sopó FM 95.6 logró mantenerse al aire y seguir brindando un servicio importante a la comunidad durante estos tiempos difíciles.

Es importante mencionar que durante la pandemia, la emisora de interés público Sopó Fm 95.6 nuestra radio se convirtió en un gran apoyo para las secretarías de la administración municipal "Sopó es nuestro tiempo", al convertirse en el canal principal para llevar contenido educativo para grandes y chicos. A continuación, se describen algunas de las acciones que se tomaron para lograr este objetivo:

1. Se diseñó una programación educativa que incluía contenidos sobre prevención del Covid-19, cuidado del medio ambiente, hábitos saludables, entre otros temas de interés para la comunidad. La programación se ajustó a las necesidades de la audiencia, incluyendo contenidos para niños, jóvenes y adultos.
2. Se produjeron materiales educativos para ser difundidos en la emisora, incluyendo cápsulas informativas, entrevistas con expertos, programas especiales

y otros recursos que permitieran a la comunidad estar informada y educada sobre temas importantes durante la pandemia.

3. Se trabajó en conjunto con las secretarías de la administración municipal, así como con otros medios de comunicación locales, para maximizar el impacto de la programación educativa.

4. Se utilizó las redes sociales para difundir la programación educativa de la emisora y llegar a un público más amplio. Se promovió el uso de hashtags y se incentivó la participación de la audiencia en las redes sociales para fomentar la interacción y el diálogo sobre los temas que se trataban en la programación.

Así la emisora se convirtió el canal principal para llevar contenido educativo para grandes y chicos durante la pandemia.

Para sostener y mejorar el funcionamiento de la emisora de interés público Sopó FM 95.6, se realizaron algunas acciones importantes. En primer lugar, se mejoró la calidad de los contenidos de los programas radiales para satisfacer las necesidades e intereses de los oyentes y aumentar su fidelidad. Esto se logró mediante la identificación de las preferencias y tendencias de los oyentes, la selección adecuada de los locutores y la incorporación de nuevas secciones y temáticas.

Además, se gestionó el permiso para ampliar la cobertura de la emisora en la región. Esto permitirá que un mayor número de personas tenga acceso a la programación de Sopó FM 95.6 y se conozca mejor la labor que realiza la emisora y la Administración Municipal.

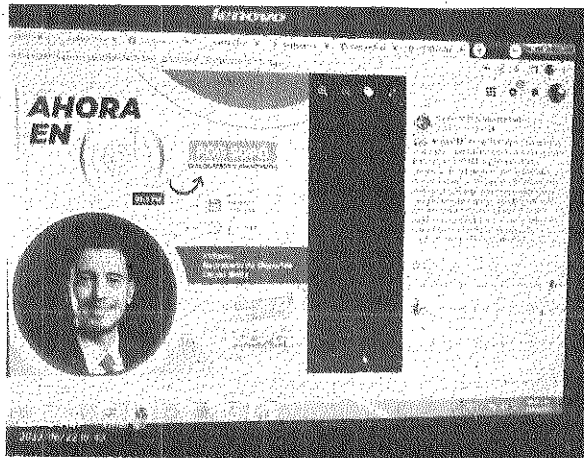
Para complementar las acciones ya mencionadas en el párrafo anterior, se han llevado a cabo otras iniciativas importantes para consolidar la emisora Sopó FM 95.6 como un medio de comunicación de interés público y referencia en la región. Entre estas acciones, destacamos las siguientes:

- Se han establecido alianzas estratégicas con organizaciones y entidades públicas y privadas para la producción y difusión de programas radiales de calidad. Esto ha permitido contar con contenidos más variados y especializados, así como con la participación de expertos en diferentes temas de interés para la comunidad.
- Se ha fortalecido la presencia de la emisora en las redes sociales y otros medios digitales, con el fin de llegar a un público más amplio y diverso. Para ello, se han creado perfiles en diferentes plataformas (Facebook, Twitter, Instagram, etc.) y se ha desarrollado una estrategia de contenidos que

permita mantener una comunicación fluida y constante con los seguidores y oyentes.

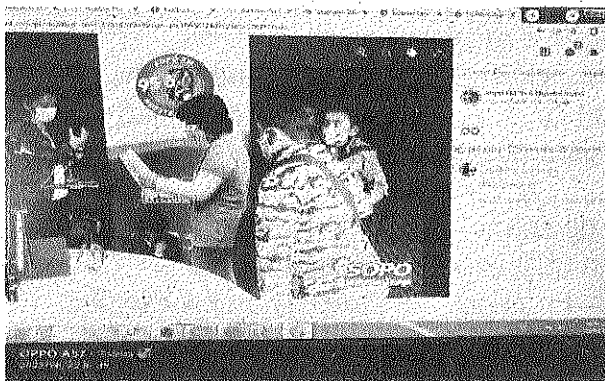
- Se ha promovido la participación ciudadana en la programación de la emisora, a través de la creación de espacios y programas que permitan la interacción directa con los oyentes y la comunidad en general. De esta forma, se busca fomentar el diálogo y la reflexión sobre temas de interés colectivo, así como promover la cultura y las tradiciones locales.

Todas estas acciones tienen como objetivo principal consolidar y mejorar la emisora Sopó FM 95.6 como un medio de comunicación de interés público y de referencia en la región. Para ello, se busca ofrecer contenidos de calidad, llegar a un público más amplio y diverso, modernizar la infraestructura técnica y promover la



participación ciudadana en la programación.





Alcaldía Municipal de Sopo - Grupo Oficial · transmitido en vivo · 17 minutos · 12

¡Conéctate con nuestro alcalde Miguel Alejandro Rico, para resolver las preguntas de toda la comunidad soposeña. Únete a nuestro Facebook Live "Alcalde en línea". Tema: P201

#SoposAlcaldeEnLinea
#AlcaldeEnLinea
#SopoENL



41 comentarios · 26 veces compartido

Alcaldía Municipal de Sopo - Grupo Oficial · transmitido en vivo · 17 minutos · 12

¡Conéctate con nuestro alcalde Miguel Alejandro Rico, para resolver las preguntas de toda la comunidad soposeña. Únete a nuestro Facebook Live "Alcalde en línea".

Sitios: #SopoENL · #AlcaldeEnLinea
#SopoAlcaldeEnLinea
#AlcaldeEnLinea · Ver más



2. Meta de producto: Diseñar e implementar un plan de comunicaciones para fortalecer la imagen institucional de la administración municipal

Descripción: Se formuló un plan de comunicaciones para fortalecer la imagen institucional de la administración municipal, lo que significa para la administración de Sopó un gran paso en la consolidación de una imagen institucional sólida y confiable. Este plan permitirá llegar a un público más amplio y diverso, y asegurará que la información, programas y eventos sean difundidos de manera efectiva y eficiente.

Algunos aspectos relevantes de la formulación del plan de comunicaciones fueron:

- **Identificación de los públicos objetivos:** Para poder comunicarse de manera efectiva, es necesario saber a quiénes se dirige el mensaje. En el plan de comunicaciones se identificaron los diferentes públicos objetivos y se establecieron las estrategias para llegar a cada uno de ellos.
- **Se definieron los objetivos de comunicación:** Es importante tener claros los objetivos que se quieren alcanzar con cada comunicación. En este plan se establecen los objetivos específicos para cada mensaje, lo que permite medir su efectividad.
- **Se realizó la elección de los canales de comunicación:** Existen diferentes canales de comunicación que pueden utilizarse, desde los medios tradicionales hasta las redes sociales. En el plan se seleccionan los canales más adecuados para cada mensaje y público objetivo.
- **Elaboración de los contenidos:** Los contenidos de las comunicaciones deben ser relevantes, claros y precisos. En el plan se establecen las pautas para la elaboración de los contenidos, así como los requisitos de calidad que deben cumplir.

Con la formulación de este plan de comunicaciones, la administración municipal de Sopó podrá mejorar la transparencia, la eficiencia y la comunicación efectiva con sus ciudadanos y, por lo tanto, consolidarse como una entidad comprometida con su comunidad.

La Oficina Asesora de Comunicaciones de la Administración Municipal "Sopó es Nuestro Tiempo" implementó un completo y estratégico plan de comunicaciones que tuvo como objetivo principal fortalecer la imagen institucional. Para lograrlo, se llevaron a cabo diversas acciones que permitieron una comunicación efectiva y cercana con la comunidad.

En primer lugar, se puso un especial énfasis en el fortalecimiento de las redes sociales como herramienta clave de comunicación. Se crearon perfiles en plataformas como Facebook, Twitter e Instagram, y se generó contenido atractivo y relevante para la comunidad. Se compartieron noticias, eventos, logros y proyectos de la administración de manera regular, fomentando la interacción y participación de los seguidores.

Además, se promovió el uso de hashtags relacionados con la administración y se incentivó a la comunidad a compartir sus experiencias y opiniones.

Para llegar de manera directa a cada vereda del municipio, se implementó una estrategia de listas de difusión en aplicaciones de mensajería instantánea como WhatsApp. Se crearon listas específicas para cada vereda, donde se compartieron noticias, eventos y actividades relacionadas con su comunidad. Esto permitió una comunicación más personalizada y cercana, generando un sentido de pertenencia en cada habitante del municipio.

En cuanto a la emisora institucional 95.6 FM, se trabajó en su fortalecimiento como un medio de comunicación de alcance local. Se mejoró la programación, incluyendo espacios informativos, entrevistas a funcionarios y expertos, y programas de entretenimiento. Se promovió la participación de la audiencia a través de concursos, segmentos interactivos y la posibilidad de enviar mensajes y saludos. Además, se realizaron alianzas estratégicas con otras emisoras y se buscó la colaboración de reconocidos comunicadores locales para enriquecer la programación.

Para ampliar el alcance de la comunicación, se realizaron perifoneos en diferentes sectores del municipio. Se utilizaron vehículos equipados con sistemas de sonido para difundir información relevante sobre proyectos, programas y eventos de la administración. De esta manera, se logró llegar a personas que no tienen acceso a medios digitales o tradicionales, garantizando una comunicación inclusiva y equitativa.

Además, se implementaron estrategias para aparecer en medios nacionales y regionales, buscando amplificar el mensaje y llegar a audiencias más amplias. Se establecieron alianzas con medios de comunicación de mayor alcance y se enviaron comunicados de prensa para dar a conocer los logros y acciones de la administración. Se buscaron oportunidades de entrevistas y cobertura de eventos, generando mayor visibilidad y reconocimiento a nivel regional y nacional.

En cuanto a la rendición de cuentas, se diseñaron estrategias novedosas y adaptadas a los públicos objetivos. Se organizaron encuentros con diferentes grupos de interés "Ejecución, Trabajo y Resultados", como líderes comunitarios, empresarios, jóvenes y grupos vulnerables, donde se presentaron informes detallados sobre la gestión realizada. Estos encuentros permitieron abrir espacios de diálogo y participación, donde los ciudadanos pudieron expresar sus inquietudes, sugerencias y opiniones. Además, se utilizaron herramientas digitales para compartir informes de gestión de manera transparente y accesible para la comunidad, garantizando una comunicación clara y efectiva.



3. Meta de producto: Crear una estrategia comunicativa que permita masificar la información, programas y eventos de la administración municipal en todo el territorio del municipio de Sopó

Descripción: La estrategia comunicativa implementada por la administración municipal fue una iniciativa importante para mantener a los ciudadanos informados y conectados con los programas y eventos del municipio. Algunos de los aspectos relevantes de esta estrategia son:

- Se utilizaron diversos canales de comunicación, incluyendo redes sociales, correo electrónico y mensajes de texto, para llegar a la mayor cantidad de personas posible.
- Se crearon contenidos específicos para cada canal de comunicación, adaptados a las características y preferencias de los distintos públicos.
- Se promovió la interacción y el diálogo con los ciudadanos, respondiendo a sus preguntas y comentarios y generando espacios de participación ciudadana.
- Se establecieron alianzas con medios de comunicación locales para amplificar el alcance de la estrategia y llegar a quienes no tienen acceso a internet u otros medios digitales.
- Se incluyó información relevante sobre la pandemia, como medidas de prevención y recomendaciones de salud, en todos los contenidos generados por la administración municipal.

El avance de la estrategia comunicativa no es lo que esperábamos, puesto que las limitaciones en la movilidad durante la pandemia, las restricciones de movilidad y las medidas de distanciamiento social dificultaron el análisis exhaustivo del territorio y su población, lo que limitó la capacidad de llegar a toda la población de sopoña.

La Oficina Asesora de Comunicaciones tuvo que adaptar la estrategia comunicativa para llegar a la población de manera efectiva, lo que requirió de un proceso de ajuste y aprendizaje constante, puesto que se disminuyó la cantidad de eventos y programas que se podían difundir a través de la estrategia comunicativa.

Con el objetivo de masificar la información, programas y eventos en todo el territorio del municipio. Para lograr este propósito, se realizaron varias acciones que permitieron llegar a un público amplio y diverso.

En primer lugar, se fortalecieron las redes sociales de la administración municipal, como Facebook, Twitter, Instagram y YouTube. Se generó contenido de calidad y relevante, incluyendo noticias, eventos, programas y proyectos de interés para la comunidad. Además, se promovió la participación activa de los seguidores, fomentando el uso de hashtags y la interacción en los comentarios.

En segundo lugar, se fortaleció la página web institucional para una moderna y fácil navegación. En ella se incluyeron secciones específicas para noticias, eventos, programas y proyectos de la de cada secretaría de la administración gracias a los Micrositios.

En tercer lugar, se implementó un sistema de boletines informativos semanales, los cuales se enviaron periódicamente a los ciudadanos. Estos boletines contenían información relevante sobre programas, proyectos y eventos de la administración, y se utilizaron como una herramienta efectiva para masificar la información en todo el territorio del municipio.

En cuarto lugar, se utilizaron las aplicaciones de mensajería instantánea, como WhatsApp, para crear grupos y listas de difusión. A través de estos medios, se compartieron noticias, eventos y programas de la administración de manera directa y personalizada, llegando así a un gran número de personas en todo el municipio.

En sexto lugar, se llevaron a cabo perifoneo en diferentes sectores del municipio, utilizando vehículos equipados con sistemas de sonido. Estos audios se utilizaron para difundir información sobre programas, eventos y proyectos de la administración, llegando así a personas que no están conectadas digitalmente. Además, se realizaron actividades en espacios públicos, como plazas y parques, donde se brindó información directa a los ciudadanos y se promovió la participación en los programas y eventos municipales.

Finalmente, se establecieron alianzas estratégicas con medios de comunicación regionales, como periódicos y estaciones de radio y televisión. Se enviaron comunicados de prensa y se buscaron oportunidades de entrevistas y cobertura de eventos, logrando así una mayor difusión de la información en todo el territorio del municipio.

En conclusión, la estrategia comunicativa implementada por la Administración Municipal de Sopó durante el año 2023 logró masificar la información, programas y eventos de la administración municipal en todo el territorio del municipio. La diversidad de herramientas y medios utilizados garantizó una difusión efectiva y transparente de la información, llegando así a un público amplio y diverso.



Redacción Bogotá

Primer planetario de la Sabana Centro se construirá en Sopó - Cundinamarca

Esta infraestructura busca beneficiar a 30 mil habitantes con espacios relacionados con la astronomía. Las obras serán financiadas a través del mecanismo "Obras por Impuestos".



El proyecto será financiado por un ticket que se acota al mecanismo Obras por Impuestos.
Foto: Cortesía



YouTube

Buscar



NOTICIAS Capital

CAPACITACIÓN EN ROBOTICA PARA NIÑAS Y NIÑOS DE SOPO

De esto se trata el programa 'Yo soy Robótica' en Sopó

Capital

237 600 suscriptores

Suscribirse

5

Compartir

Descargar

Gracias

ATENCIÓN CIERRE DE VÍA

Se informa a la población de Sopó que el día 15 de mayo de 2022, se cerrará la vía principal de la ciudad para la realización de la carrera de ciclismo.

Se recomienda a la población que se desplace por las vías alternativas.

SOPO

FESTIVAL CANINO

El día 15 de mayo de 2022, se realizará el Festival Canino en la Plaza Principal de Sopó.

Se invita a la población a participar en esta actividad.

SOPO

PREMIERITO Sopo

Se informa a la población de Sopó que el día 15 de mayo de 2022, se realizará el evento Premierito.

Se invita a la población a participar en esta actividad.

SOPO

Exposición de Arte

Se informa a la población de Sopó que el día 15 de mayo de 2022, se realizará la exposición de arte.

Se invita a la población a participar en esta actividad.

SOPO

1er MERCADO GANADERO

Se informa a la población de Sopó que el día 15 de mayo de 2022, se realizará el 1er Mercado Ganadero.

Se invita a la población a participar en esta actividad.

SOPO

GRAN VACUNACIÓN

Se informa a la población de Sopó que el día 15 de mayo de 2022, se realizará la Gran Vacunación.

Se invita a la población a participar en esta actividad.

SOPO

RENDICIÓN DE CUENTAS

Se informa a la población de Sopó que el día 15 de mayo de 2022, se realizará la Rendición de Cuentas.

Se invita a la población a participar en esta actividad.

SOPO

CABALGUEMOS A PASO FIRME

Se informa a la población de Sopó que el día 15 de mayo de 2022, se realizará el Cabalgamos a Paso Firme.

Se invita a la población a participar en esta actividad.

SOPO

BOLETÍN EPIDEMIOLÓGICO

Se informa a la población de Sopó que el día 15 de mayo de 2022, se realizará el Boletín Epidemiológico.

Se invita a la población a participar en esta actividad.

SOPO

GRAN FESTIVAL EQUINO

Se informa a la población de Sopó que el día 15 de mayo de 2022, se realizará el Gran Festival Equino.

Se invita a la población a participar en esta actividad.

SOPO

IDENTIFICACIÓN VOTANTE

Se informa a la población de Sopó que el día 15 de mayo de 2022, se realizará la Identificación Votante.

Se invita a la población a participar en esta actividad.

SOPO

Población Migrante Venezolana

Se informa a la población de Sopó que el día 15 de mayo de 2022, se realizará la Población Migrante Venezolana.

Se invita a la población a participar en esta actividad.

SOPO

ATENCIÓN A VIOLENCIA

Se informa a la población de Sopó que el día 15 de mayo de 2022, se realizará la Atención a Violencia.

Se invita a la población a participar en esta actividad.

SOPO

BOLETÍN DE NOTICIAS

Se informa a la población de Sopó que el día 15 de mayo de 2022, se realizará el Boletín de Noticias.

Se invita a la población a participar en esta actividad.

SOPO

BOLETÍN DE NOTICIAS

Se informa a la población de Sopó que el día 15 de mayo de 2022, se realizará el Boletín de Noticias.

Se invita a la población a participar en esta actividad.

SOPO

4. Meta de producto: Realizar un proceso de compra de equipos técnicos para el fortalecimiento de la emisora de interés público Sopó Radio.

Descripción:

Actualmente, la emisora de interés público Sopó Radio ha estado trabajando en el fortalecimiento de su infraestructura para mejorar sus capacidades de radiodifusión. Aunque se ha obtenido la resolución para la instalación de una antena de radiodifusión sonora y se están realizando los trámites correspondientes para el contrato de arrendamiento del predio autorizado por el Min Tic, aún no se ha llevado a cabo el proceso de compra de los equipos técnicos necesarios ya que se han presentado situaciones con los dueños del predio que impiden la realización del contrato de arrendamiento.

Además el proceso de compra de los equipos técnicos para la emisora de interés público Sopó Radio se ha cargado en La Agencia Nacional de Contratación Pública - Colombia Compra Eficiente y no se ha presentado ningún proveedor interesado. Esta situación ha impedido avanzar en el proceso de adquisición.

Es importante tener en cuenta que la búsqueda de proveedores confiables y la obtención de cotizaciones competitivas llevan tiempo y requerir un proceso exhaustivo de evaluación. Es fundamental realizar una evaluación detallada de las necesidades técnicas de la emisora y seleccionar los equipos adecuados que cumplan con los requisitos y especificaciones necesarias.

Asimismo, aún faltan algunos trámites administrativos y legales para poder concretar el contrato de arrendamiento en el predio autorizado por el Min Tic. la Oficina Asesora de Comunicaciones está comprometida con el fortalecimiento de la emisora y está trabajando diligentemente para resolver esta situación. Se están evaluando diferentes alternativas y estrategias para asegurar que los equipos técnicos necesarios sean adquiridos en el menor tiempo posible.

La emisora de interés público Sopó Radio está comprometida con brindar un servicio de calidad a la comunidad y continuará trabajando arduamente para fortalecer su infraestructura y mejorar sus capacidades de radiodifusión en beneficio de todos los oyentes. Agradecemos la paciencia y el apoyo de la comunidad durante este proceso."

5. Meta de producto: Realizar 4 procesos de compra de equipos tecnológicos garantizando la operatividad de la Oficina de Prensa

Descripción: Es importante destacar que durante el año 2021 se llevó a cabo un proceso de compra de equipos tecnológicos de manera exhaustiva y robusta. Este proceso tuvo como objetivo garantizar la operatividad y eficiencia de la Oficina Asesora de Comunicaciones, permitiendo así brindar un servicio de calidad a la comunidad de forma continua.

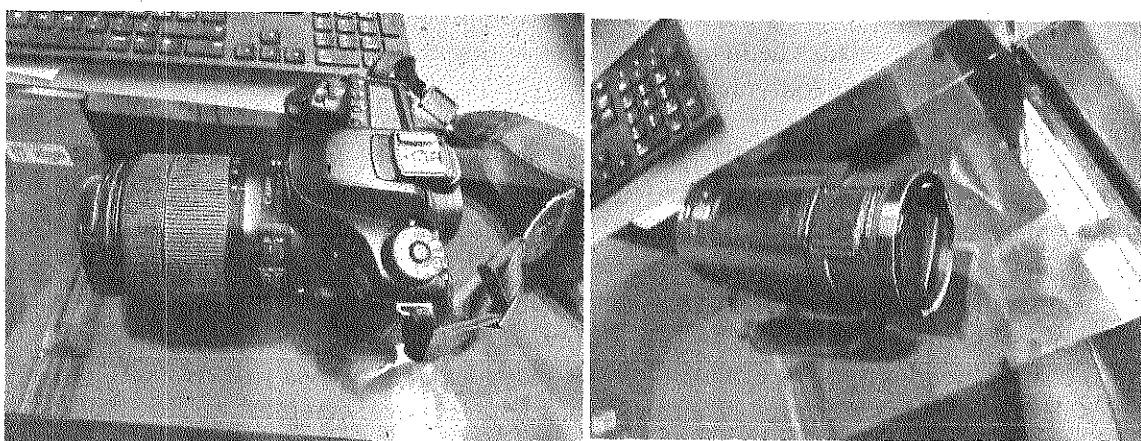
Gracias a este proceso, se logró adquirir y poner en funcionamiento una serie de equipos tecnológicos que han sido fundamentales para el desarrollo de las actividades de la Oficina de Prensa. Estos equipos han permitido optimizar los procesos de comunicación, mejorar la calidad de los contenidos y fortalecer la difusión de información relevante para los ciudadanos.

En cuanto a los 3 procesos de compra que no se realizaron, nos gustaría explicar las razones detrás de esta situación. Durante el proceso de adquisición de los equipos tecnológicos en el 2021, se tuvieron en cuenta las necesidades específicas de la Oficina de Prensa y se adquirieron los equipos necesarios para su funcionamiento adecuado. Como resultado, no se consideró necesario realizar procesos adicionales de compra en ese momento.

Sin embargo, entendemos que las necesidades y demandas de la Oficina de Prensa pueden cambiar con el tiempo. Por lo tanto, estamos comprometidos a evaluar y revisar periódicamente las necesidades de la oficina y, si es necesario, realizar nuevos procesos de compra para garantizar su operatividad continua.

Es por eso que, en caso de que se detecten nuevas necesidades de la oficina, se llevarán a cabo los procesos de adquisición necesarios para adquirir los equipos tecnológicos que permitan satisfacer dichas necesidades.

La adquisición de los equipos tecnológicos en el 2021 ha permitido mejorar la calidad de los contenidos y fortalecer la difusión de información relevante para los ciudadanos. Estamos comprometidos a seguir evaluando las necesidades de la oficina y llevar a cabo los procesos de adquisición necesarios para garantizar su operatividad continua.



6. Meta de producto: Crear una sala de prensa que cumpla con especificaciones técnicas para la creación de contenido audiovisual y la divulgación de las actividades desarrolladas por la administración municipal.

Descripción: la meta establecida en el plan de desarrollo de crear una sala de prensa que cumpla con especificaciones técnicas para la creación de contenido audiovisual y la

divulgación de las actividades desarrolladas por la administración municipal ha sido cumplida al 100%.

Nos hemos enfocado en garantizar que la sala de prensa cumpla con los estándares técnicos necesarios para la creación de contenido audiovisual de calidad y para la difusión efectiva de las actividades realizadas por la administración municipal.

A continuación, se detallan las especificaciones técnicas que se han implementado en la sala de prensa con el objetivo de lograr un funcionamiento óptimo.

1. Equipamiento audiovisual: Se han adquirido equipos de última generación, como cámaras de alta definición, micrófonos profesionales, iluminación adecuada y sistemas de grabación y edición de video. Estos equipos permiten la captura de imágenes y sonido de alta calidad, garantizando la producción de contenido audiovisual.

2. Se ha implementado un sistema de almacenamiento y respaldo de datos para asegurar la integridad y disponibilidad de la información en todo momento. Lo anterior gracias a la adquisición de discos duros.

3. Espacio adecuado: contamos con un espacio acondicionado para brindar un ambiente propicio para la creación de contenido audiovisual. Garantizando así la comodidad y eficiencia de los profesionales de prensa que utilizan el espacio.

4. Igualmente se contrata personal idóneo para trabajar en la sala de prensa, la cual está conformada por:

- 2 diseñadores
- 5 Comunicadores Sociales- Periodistas
- 2 Productores Audiovisuales
- 2 Locutores y presentadores.



8. PLANTA DE PERSONAL

| Número del proceso | Contratista | Objeto | Valor |
|--------------------|--------------------------------------|---|------------------|
| DI-2023-0148 | Angélica Liced Rodríguez Martínez | Prestación de servicios de apoyo a la gestión como locutora en la emisora local sopó radio 96.5 FM, y community manager y apoyo en la presentación de eventos de la administración municipal de sopó. | \$ 9.600.000,00 |
| DI-2023-0179 | Gloria Bibiana Rodríguez Marín | prestación de servicios de apoyo a la gestión para brindar acompañamiento a las actividades de la estrategia denominada yo soy robótica y de la oficina asesora de comunicación y prensa del municipio de sopó | \$ 8.800.000,00 |
| DI-2023-0152 | Andrés Felipe Gómez Osorio | Prestación de servicios de apoyo a la gestión para el diseño y producción de contenido audiovisual y fotográfico y proyección de estrategias de comunicación para la difusión acertiva de las actividades realizadas por la administración municipal de sopó. | \$ 9.200.000,00 |
| DI-2023-0187 | Yuri Perdomo | Prestación de servicios profesionales para el acompañamiento en la creación de contenido, seguimiento de las redes sociales y página web (relativo a prensa) y fortalecimiento de bases de datos para la creación de listas de difusión de la alcaldía municipal de sopó. | \$ 13.200.000,00 |
| DI-2023-0172 | Johana Carolina Ruiz Garzón | Prestación de servicios apoyo a la gestión para realizar actividades de registro fotográfico, edición y publicación de contenidos en los micro sitios web a cargo de la administración municipal de sopó. | \$ 9.600.000,00 |
| DI-2023-0273 | Roy Eddiso Ardila | Prestación de servicios profesionales para brindar acompañamiento en el proceso de articulación, redacción y consolidación de la información para los diferentes medios de comunicación, donde se evidencien los diferentes programas y proyectos del municipio de sopó. | \$ 16.000.000,00 |
| DI-2023-0309 | Abel Dario Beltrán Sierra | Prestación de servicios de apoyo a la gestión para el diseño de las piezas gráficas o audiovisuales, imagen publicitaria, contenido textual y visual de las publicaciones de la administración municipal de sopó y la emisora sopó radio. | \$ 10.560.000,00 |

| | | | |
|--------------|------------------------------------|---|------------------|
| DI-2023-0310 | Miguel Javier Garavito Rincón | Prestación de servicios de apoyo a la gestión para el diseño y producción de contenido audiovisual y fotográfico y proyección de estrategias de comunicación para la difusión acertiva de las actividades realizadas por la administración municipal de sopó. | \$ 8.800.000,00 |
| DI-2023-0149 | Alberto Sarmiento Peña | Prestación de servicios de apoyo a la gestión en la emisora local sopó radio y presentador de las actividades de la administración municipal de sopó. | \$ 9.600.000,00 |
| DI-2023-0147 | Claudia Patricia Murillo Rodríguez | Prestación de servicios de apoyo a la gestión para el diseño de las piezas gráficas o audiovisuales, imagen publicitaria, contenido textual y visual de las publicaciones de la administración municipal de sopó y la emisora sopó radio. | \$ 11.600.000,00 |
| | | | |
| DI-2023-0567 | Andrés Felipe Martínez Chamucero | prestación de servicios profesionales para el acompañamiento en el manejo de la comunicación interna y externa, cubrimiento y creación de contenido periodístico de todas las actividades de la administración municipal de sopó | \$ 15.600.000,00 |
| DI-2023-0568 | Claudia Patricia Murillo Rodríguez | Prestación de servicios de apoyo a la gestión para el diseño de las piezas gráficas o audiovisuales, imagen publicitaria, contenido textual y visual de las publicaciones de la administración municipal de sopó y la emisora sopó radio. | \$ 17.303.000,00 |
| DI-2023-0569 | Alberto Sarmiento Peña | Prestación de servicios de apoyo a la gestión en la emisora local sopó radio y presentador de las actividades de la administración municipal de sopó. | \$ 14.320.000,00 |
| DI-2023-0570 | Angélica Liced Rodríguez Martínez | Prestación de servicios de apoyo a la gestión como locutora en La emisora local sopó radio 96.5 FM, y community manager y apoyo en la emisora local sopó radio 96.5 FM, y community manager y apoyo en la presentación de eventos de la administración municipal de sopó. | \$ 14.080.000,00 |
| DI-2023-0571 | Johana Carolina Ruiz Garzón | Prestación de servicios apoyo a la gestión para realizar actividades de registro fotográfico, edición y publicación de contenidos en los micro sitios web a cargo de la administración municipal de sopó. | \$ 13.840.000,00 |

| | | | |
|--------------|--------------------------------|--|------------------|
| DI-2023-0593 | Andrés Felipe Gómez Osorio | Prestación de servicios de apoyo a la gestión para el diseño y producción de contenido audiovisual y fotográfico y proyección de estrategias de comunicación para la difusión asertiva de las actividades realizadas por la administración municipal de sopó. | \$ 13.416.600,00 |
| DI-2023-0595 | Yuri Perdomo | prestación de servicios profesionales para el acompañamiento en la creación de contenido, seguimiento de las redes sociales y página web (relativo a prensa) y fortalecimiento de bases de datos para la creación de listas de difusión de la alcaldía municipal de sopó | \$ 19.030.000,00 |
| DI-2023-0674 | Gloria Bibiana Rodríguez Marín | prestación de servicios de apoyo a la gestión para brindar acompañamiento a las actividades de la oficina asesora de comunicación y prensa del municipio de sopó | \$ 13.053.254,00 |
| DI-2023-0720 | Roy Eddiso Ardila | Prestación de servicios profesionales para brindar acompañamiento en el proceso de articulación, redacción y consolidación de la información para los diferentes medios de comunicación, donde se evidencien los diferentes programas y proyectos del municipio de sopó. | \$ 21.466.663,00 |
| DI-2023-0721 | Abel Dario Beltrán Sierra | Prestación de servicios de apoyo a la gestión para el diseño de las piezas gráficas o audiovisuales, imagen publicitaria, contenido textual y visual de las publicaciones de la administración municipal de sopó y la emisora sopó radio. | \$ 13.640.000,00 |
| DI-2023-0809 | Juan Luis Rativa Arévalo | Prestación de servicios de apoyo a la gestión para el diseño y producción de contenido audiovisual y fotográfico y proyección de estrategias de comunicación para la difusión acertiva de las actividades realizadas por la administración municipal de sopó. | \$ 11.366.665,00 |

| Nombre del funcionario | Cargo |
|------------------------|-------|
| | |

9. RELACIÓN DE SENTENCIAS Y DEMANDAS, JUICIOS Y DEUDAS JURIDICAS (aplica exclusivamente para la Oficina Asesora Jurídica y de Contratación)

10. CONTRATACIÓN (aplica exclusivamente para la Oficina Asesora Jurídica y de Contratación)

| Modalidad | Objetos contractuales | N° de contratos en proceso | N° de contratos ejecutados | Valor |
|-----------|-----------------------|----------------------------|----------------------------|-------|
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

11. PLANES DE MEJORAMIENTO A CARGO DE LA ENTIDAD (aplica exclusivamente para la Oficina Asesora de Planeación Estratégica)

12. TABLAS DE RETENCIÓN, INVENTARIOS Y TRANSFERENCIA DOCUMENTAL (aplica exclusivamente para la Secretaría de Desarrollo Institucional – Archivo Municipal)

13. COMITÉS Y/O JUNTAS QUE LIDERA SU DEPENDENCIA

| Acto administrativo que conforma la junta y/o comité | Nombre del comité | Integrantes |
|--|-------------------|-------------|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

14. INFORMES QUE SE RINDEN DESDE SU DEPENDENCIA

| Tipo de informe | Periodicidad | URL | ¿Qué se reporta? |
|-----------------|--------------|-----|------------------|
| | | | |
| | | | |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | | |
| | | | |

15. EJECUCIONES PRESUPUESTALES (aplica exclusivamente para la Secretaría de Hacienda)

16. BIENES MUEBLES E INMUEBLES (aplica exclusivamente para la Secretaría de Desarrollo Institucional - Almacén)

17. OBRAS PÚBLICAS (aplica sólo para obras públicas)

| Objeto de la obra | Nombre o razón social del contratista | Nombre o razón social del interventor | Estado | | Valor ejecutado |
|-------------------|---------------------------------------|---------------------------------------|-----------|------------|-----------------|
| | | | Ejecutada | En proceso | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |
| | | | | | |

18. REGLAMENTOS Y MANUALES (cuando aplique)

| Denominación de reglamento y/o manual | Descripción | Mecanismo de adopción | Acto administrativo de adopción | Fecha de adopción o vigencia |
|---------------------------------------|-------------|-----------------------|---------------------------------|------------------------------|
| Manual De Imagen Corporativa | | | | |
| Plan de comunicaciones | | | | |
| Protocolo de redes sociales | | | | |
| | | | | |

16. CONCEPTO GENERAL

| MATRIZ DOFA | |
|----------------------|---|
| Fortalezas | |
| 1. | Equipo de profesionales altamente capacitados en comunicación y medios. |
| 2. | Experiencia en el manejo de diferentes plataformas de comunicación, tanto tradicionales como digitales. |
| 3. | Buena relación con los medios de comunicación locales y regionales. |
| 4. | Acceso a recursos y tecnología moderna para la producción de contenido audiovisual de calidad. |
| 5. | Conocimiento profundo de las políticas y proyectos de la administración municipal. |
| Oportunidades | |
| 1. | Mayor demanda de información y transparencia por parte de la comunidad. |
| 2. | Posibilidad de utilizar las redes sociales y plataformas digitales como herramientas de comunicación efectivas. |
| 3. | Colaboración con otras dependencias municipales para la difusión de sus actividades y proyectos. |
| 4. | Participación en eventos y conferencias para promover la imagen y el trabajo de la administración municipal. |
| 5. | Involucramiento en proyectos de desarrollo local que puedan generar interés y atención mediática. |
| Debilidades | |
| 1. | Limitaciones presupuestarias para la adquisición de tecnología. |
| 2. | Falta de personal para cubrir todas las necesidades de comunicación de la administración municipal. |
| 3. | Falta de actualización en las últimas tendencias y herramientas de comunicación. |
| 4. | Infraestructura física limitada para albergar a un equipo de comunicaciones en crecimiento. |
| 5. | Falta de comunicación y flujo de información entre las diferentes dependencias municipales. |
| Amenazas | |
| 1. | Desinformación y rumores que puedan afectar la imagen y reputación de la administración municipal. |
| 2. | Crisis o situaciones inesperadas que requieran una comunicación rápida y efectiva. |
| 3. | Cambios en las políticas de comunicación y acceso a los medios de comunicación. |
| 4. | Posible falta de apoyo y reconocimiento por parte de la comunidad y los medios de comunicación. |

17. RECOMENDACIONES GENERALES

Fortalecimiento de la emisora: Es fundamental asegurar la continuidad y el crecimiento de la emisora, especialmente considerando la renovación de la licencia en diciembre el 2025. Del

mismo modo se debe replantear las tarifas de los productos (cuñas radiales y programas) para poder entrar al mercado.

- Ampliación de la planta de personal: Dado que el equipo actual es escaso para atender la demanda de la Oficina Asesora de Comunicaciones, se debe realizar una evaluación de las necesidades y contratar al menos dos funcionarios de planta adicionales. Esto permitirá mejorar la eficiencia y ofrecer un mejor servicio a la comunidad.
- Compra de equipos: Para garantizar un desempeño óptimo en las labores de comunicación, es necesario invertir en la adquisición de equipos modernos y actualizados. Esto incluye cámaras, grabadoras, software de edición, entre otros. Estos recursos permitirán mejorar la calidad de los contenidos producidos y fortalecer la imagen del municipio.
- Cambio de ubicación de la oficina de comunicaciones: Es importante considerar un cambio estratégico en la ubicación de la oficina, buscando estar cerca del despacho municipal. Esto facilitará la coordinación y agilizará la toma de decisiones. Además, se debe garantizar un espacio amplio y adecuado para el equipo de trabajo, considerando que actualmente trabajan en un espacio reducido.
- Implementación de estrategias de comunicación interna: Para fortalecer la comunicación interna dentro de la oficina y con otras dependencias municipales, es necesario implementar estrategias efectivas. Esto incluye el establecimiento de canales de comunicación interna, reuniones periódicas, capacitaciones y el fomento de un ambiente de trabajo colaborativo.
- El pago de las obligaciones referentes al uso del espectro, Sayco y Acinpro, servicio de radiodifusión sonora, frecuencia registro TIC y servicio multipunto debe realizarse durante el primer trimestre de cada año. Es importante destacar que este pago debe ser reportado tanto ante el Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones (MinTic) como ante la plataforma SER MinTic.

FIRMA:



Secretario (a) de Despacho

Jefe de Control Interno

JOSE OCTAVIO BANDOY ROS

291223323

