

ER 14801
Agosto 10/2017
4:35 pm



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE HACIENDA

SECRETARÍA DISTRITAL DE HACIENDA 10-08-2017 03:32:06

Al Contestar Cite Este Nr.:2017EE140470 O 1 Fol:1,Anex:0

ORIGEN: Sd:1024 - DESPACHO DEL SECRETARIO DISTRITAL DE HACIENDA
DESTINO: CONSEJO DE BOGOTA/CARLOS ARTURO DUARTE
ASUNTO: PROPOSICION 383 DE 2017 COSTOS EN PUBLICACION DE LEYES
OBS: PROYECTADO POR JASHEL HERRERA - ANDRES MARTINEZ

Bogotá, D.C.

Doctor
CARLOS ARTURO DUARTE CUADROS
Subsecretario de Despacho
Comisión Tercera Permanente de Hacienda Y Crédito Público
CONCEJO DE BOGOTÁ D.C.
CL 36 No. 28A 41
Bogotá D.C

ASUNTO: Proposición 383 de 2017
Costos en publicidad de la Administración Distrital "Bogotá Mejor para Todos"

Honorable Doctor.

En atención a la proposición del asunto, de manera atenta damos respuesta en los siguientes términos:

Pregunta No 1:

"¿Cuánto y en qué medios de comunicación se han realizado inversiones para publicar todo tipo de políticas, proyectos y realizaciones de la Administración Distrital "Bogotá Mejor para Todos, desde el 1 de enero de 2016 al 31 de mayo de 2017? (especifique cada medio, publicaciones impresas: periódicos, revistas, folletos, volantes, piezas publicitarias en paraderos y espacios públicos, etc., medios digitales, videos ya para radio y televisión: con franja y frecuencia)"

Respuesta No. 1:

Lo primero que hay que indicar es que la Secretaría Distrital de Hacienda (SDH) no cuenta con políticas para publicidad ni celebra contratos de publicidad, teniendo en cuenta que el Decreto 2209 de 1998 expresamente lo prohíbe en su artículo 3, que indica:

"Está prohibida la celebración de contratos de publicidad con cargo a los recursos del Tesoro Público, con excepción de los contratos de las empresas industriales y comerciales del Estado que tienen por objeto la comercialización de bienes y servicios en competencia con particulares. En consecuencia con lo dispuesto en el artículo 9 de este Decreto, la celebración de estos contratos solo se podrá dirigir a la promoción de específicos bienes o servicios que ofrezca la empresa en competencia con particulares..." (Subrayado fuera de texto).

Lo que sí hace la Entidad en cumplimiento de su misión, es divulgación institucional con campañas educativas e informativas, para el cumplimiento del pago de los impuestos, en medios de comunicación propios, masivos, comunitarios y/o alternativos, a través de campañas de difusión.



ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE HACIENDA

En la carpeta “*Punto 1 Contratos divulgación*” del CD anexo, se observan las inversiones para la divulgación de información, desde el 1 de enero de 2016 al 31 de mayo de 2017. La carpeta contiene los detalles de cada campaña (valores, medios utilizados, frecuencias, etc.)

Pregunta No 2:

“Remitir base de datos en Excel que contenga el presupuesto asignado año a año durante el periodo constitucional 2016-2019, de las Oficinas de Comunicación y Prensa o quienes hagan sus veces en cada uno de los sectores y entidades de la administración distrital, destinado a publicitar los programas y proyectos del Plan de Desarrollo “Bogotá Mejor Para Todos”, indicando el rubro o los rubros presupuestales afectadas en cada caso.”

Respuesta No. 2:

Se anexa la información extractada del Sistema de Presupuesto Distrital-Predis, correspondiente al consolidado del Presupuesto Anual. La información de funcionamiento corresponde al rubro “Impresos y Publicaciones”. En tanto que en inversión se identificaron los conceptos de gasto, abajo relacionados, los cuales están asociados a acciones de comunicación de la gestión (ver base de datos Excel “*Punto 2 Presupuesto*”, contenido en el CD anexo).

Adquisición De Elementos Para La Imagen Institucional
Divulgación Y Promoción De Eventos Institucionales
Contratar El Apoyo Logístico Para Las Actividades De Cultura Tributaria
Suministro De Materiales Y Servicios Para El Fortalecimiento De La Gestión Tributaria
Impreso Y Publicaciones
Impreso Y Publicaciones Proyecto Modernización Institucional
Desarrollar Campañas Para Ejecutar Estrategias De Divulgación En Medios De Comunicación De Carácter Masivo
Gastos De Divulgación Institucional
Personal Contratado Para El Diseño E Implementación De Las Estrategias Comunicativas Del Sector
Apoyo Técnico, Operativo Y Logístico Para Acciones Encaminadas A La Lucha Y Control De La Evasión
Desarrollar Programas De Cultura Tributaria
Personal Contratado Para Apoyar El Proceso De Comunicación Al Servicio De Los Ciudadanos
Realización De Eventos De Divulgación Institucional
Producción, Grabación Y Emisión De Eventos De Divulgación
Adquisición De Espacios De Divulgación En Medios Masivos De Comunicación

En relación con la información solicitada para las vigencias 2018 y 2019, es importante señalar, que el Plan Plurianual de Inversiones no llega al detalle requerido. Dicha desagregación sólo se puede obtener en los presupuestos pormenorizados de cada vigencia. Por tal razón, la información suministrada sólo abarca las vigencias 2016 y 2017.

Pregunta No 3:

¿Cuál es la planta de personal asignada a las oficinas de comunicación o prensa o quien haga sus veces u otras oficinas dedicadas a las actividades de publicidad y comunicaciones en cada uno de los sectores y entidades de la administración distrital?

Respuesta No. 3:

La Oficina Asesora de Comunicaciones de la Secretaría Distrital de Hacienda cuenta con 11 funcionarios en su planta de personal.





ALCALDÍA MAYOR
DE BOGOTÁ D.C.
SECRETARÍA DE HACIENDA

El detalle de la información solicitada se puede observar en el cuadro Excel "Punto 3 Planta de personal" (tipo de vinculación, salarios u honorarios de cada funcionario), contenido en el CD anexo.

Pregunta No 4:

"¿Cuáles han sido las contrataciones realizadas para todo tipo de publicaciones (publicaciones impresas: periódicos, revistas, folletos, volantes, piezas publicitarias en paraderos y espacios públicos, etc., medios digitales, videos, radio y televisión, en el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2016 al 31 de mayo de 2017)?"

Respuesta No. 4

Las contrataciones realizadas para todo tipo de publicaciones (impresas: periódicos, revistas, folletos, volantes, piezas publicitarias en paraderos y espacios públicos, etc., medios digitales, videos, radio y televisión), en el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2016 al 31 de mayo de 2017, se relacionan en el cuadro en Excel "Punto 4 Contratos publicaciones" contenido en el CD anexo.

Pregunta No. 5:

¿Relacionar en cada uno de los contratos si se han cumplido con los indicadores, metas, impacto y efectividad de dichas publicaciones y pautas planteadas en el plan de comunicaciones de la alcaldía y el porqué de estas estrategias y piezas de comunicación?"

Respuesta No. 5:

Se da respuesta a este punto (cumplimiento de indicadores, impacto, alcance, descripción y objetivo de cada campaña), en el cuadro Excel "Punto 5 Cumplimiento" contenido en el CD anexo.

Cordialmente,

Beatriz Elena Arbeláez Martínez
Secretaria Distrital de Hacienda

Revisado por:	José Alejandro Herrera Lozano Subsecretario Técnico Secretaría Distrital de Hacienda		Fecha: 04/08/2017
Revisado por:	Oscar Javier Cruz Martínez Subdirector de Talento Humano		Fecha: 04/08/2017
Revisado por:	Martha Cecilia García Buitrago Directora de Presupuesto (E)		Fecha: 04/08/2017
Revisado por:	Adriana Lucía Camargo Gantiva Jefe de la Oficina Asesora de Comunicaciones		Fecha: 04/08/2017
Proyectado por:	María Stella Gomez Técnico Subdirección de Talento Humano		Fecha: 04/08/2017
Proyectado por:	Adriana Marcela Roza Álvarez Profesional Subdirección de Finanzas Distritales		Fecha: 04/08/2017
Proyectado por:	Jeasshell Herrera – Andrés Martínez Profesional Oficina Asesora de Comunicaciones		Fecha: 04/08/2017

