

SECRETARIA DISTRITAL DE PLANEACION  
RADICACION: 2-2019-60070

EL RESPONDER CITE ESTE NUMERO  
FECHA: 2019-09-06 10:25 PRO 1506026  
FECHA INICIAL:

COPIAS: 3  
DESTINO: COMISION TERCERA PERMANENTE DE HACIENDA Y  
TRAMITE: Comunicaciones oficiales de S

ANEXOS: No Bogotá D.C., 06 de septiembre de 2019

EMITENTE:  
ADICIONAL: NO



CONCEJO DE BOGOTA 09-09-2019 11:24:29

2019ER22280 O 1 Fol:1 Anex:0

ORIGEN: SECRETARIA DISTRITAL DE PLANEACION/ANDRES ORTIZ GOMEZ

DESTINO: COMISION 3ª PERM. DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO/SA

ASUNTO: RPTA PROPOSICION 349/19

OBS: 2-2019-60070

Doctor

**RONALD SANCHEZ POSADA**

Subsecretario de Despacho

Comisión Tercera Permanente de Hacienda y Crédito Público.

Concejo de Bogotá D.C.

Calle 36 No. 28 A - 41

Correo electronico: [comision\\_tercera@concejobogota.gov.co](mailto:comision_tercera@concejobogota.gov.co)

Ciudad

**Asunto:** Proposición No. 349

**Referencia:** Radicado 1-2019-59582 Secretaría Distrital de Planeación

En atención a la solicitud de información para la proposición No. 349, aprobada en la sesión de la Comisión Tercera Permanente de Hacienda y Crédito Público, me permito dar respuesta al respectivo cuestionario:

1. ¿Cuánto fue el presupuesto total y discriminado por sectores y por cada una de los organismos y entidades del Distrito, ejecutado durante la administración Bogotá Mejor para Todos, favor relacionar, cuál es el monto total del presupuesto ejecutado en 2016, 2017, 2018 y lo corrido de 2019 en publicidad, comunicación pública, investigación de opinión (percepción) y/o divulgación del Distrito Capital, empleado en:

- ✓ Agencias de Publicidad
- ✓ Centrales de medios
- ✓ Contratos de Prestación de Servicios relacionados con publicidad, investigación y marketing
- ✓ Pagos de pauta a medios masivos tradicionales
- ✓ Medios masivos sociales (redes), alternativos, comunitarios, otros
- ✓ Eventos y en la producción de uniformes
- ✓ Merchandising
- ✓ Y todo lo relacionado con publicidad ATL, BTL etc.

Carrera 30 N. 25 - 90  
Código Postal 111311  
Pisos 1,5,8 y 13  
PBX 335 8000  
[www.sdp.gov.co](http://www.sdp.gov.co)  
Info.: Línea 195



SC-CER259292



CO-SC-CER259292



GP-CER259293

**BOGOTÁ  
MEJOR  
PARA TODOS**

Discriminar en una tabla por sectores y cada una de las entidades

**RESPUESTA:** la Secretaría Distrital de Planeación, precisa atentamente, que la Administración Distrital no genera erogaciones destinadas a “publicidad”, dado que dicha actividad de característica comercial, se encamina directamente a incentivar el consumo de bienes o servicios con inequívoco fin de lucro; aspecto que por la naturaleza pública de los entes que integran el Distrito Capital no guarda relación con sus fines y objetivos.

La Administración Distrital realiza campañas de divulgación institucional para dar a conocer lo relacionado con la gestión en políticas públicas y los diferentes programas institucionales, definidos con el objeto de avanzar y lograr la materialización del Plan Distrital de Desarrollo “Bogotá mejor para todos 2016-2020” a través del que se suplen una serie de necesidades colectivas. De manera que, se despliegan una serie de acciones de comunicación y divulgación pública que garantiza el derecho de los ciudadanos a ser informados, es decir, acceder a la información de la gestión de la Administración, sobre todo buscando una relación más directa y democrática entre aquellos y el Gobierno Distrital.

<b>PRESUPUESTO TOTAL DESTINADO A LA COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA SDP</b>			
<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
\$583.737.401	\$729.456.794	\$775.219.504	\$1.546.364.184

**PRESUPUESTO EJECUTADO EN LOS ITEM SOLICITADOS EN LA PROPOSICION 349**

	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>
Agencias de Publicidad	\$0	\$0	\$0	\$0
Centrales de medios	\$0	\$0	\$280.211.680	\$0
Contratos de Prestación de Servicios relacionados con publicidad, investigación y marketing	\$0	\$0	\$0	\$0
Pagos de pauta a medios masivos tradicionales	\$0	\$0	\$0	\$0
Medios masivos sociales (redes), alternativos, comunitarios, otros	\$0	\$0	\$0	\$0



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.  
SECRETARÍA DE PLANEACIÓN

	2016	2017	2018	2019
Eventos	\$163.244.843	\$175.028.303	\$205.432.633	\$228.048.813
Producción de Uniformes	\$0	\$0	\$0	\$0
Merchandising	\$0	\$25.270.000	\$446.250	\$13.443.950
Publicidad ATL, BTL	\$0	\$0	\$0	\$0

2. ¿Cuáles son los objetivos y criterios para realizar esta inversión en el desarrollo de campañas publicitarias

**RESPUESTA:**

La campaña Institucional referente al Sisben IV, hace parte de una estrategia de comunicaciones que tiene el propósito de informar de manera masiva a la ciudadanía sobre el proceso de actualización de la encuesta Sisbén con la Metodología Sisbén IV que inició en la capital en marzo de 2019, y resaltar la importancia de atender la visita del encuestador para ser parte de la nueva base de datos Sisbén, que será la vigente en el país. Contar con este contrato nos permite llegar al público objetivo de esta estrategia con un mayor impacto (ciudadanos estratos 1, 2 y 3, y de áreas rurales en la capital), para lograr dar de manera eficaz y eficiente el mensaje que deseamos dar.

Así mismo la Secretaría Distrital de Planeación a través de la Dirección de Diversidad Sexual y en cumplimiento del Plan de Desarrollo Bogotá Mejor Para Todos, el Decreto 062 de 2014 y el Plan de Acción de la Política Pública LGBTI 2016 – 2020, debe coordinar la estrategia de Cambio Cultural “*En Bogotá Se Puede Ser*”, que tiene como objetivo principal fomentar una cultura de respeto, libre de discriminación por orientación sexual o identidad de género, a través del intercambio de experiencias y construcciones políticas, pedagógicas, culturales y organizativas de la ciudadanía en general.

En este marco, se desarrollan acciones que aporten a la disminución de la discriminación que habitantes de la ciudad tienen hacia las personas con orientación sexual o identidad de género diversas, la cual se ha demostrado en instrumentos de medición de ciudad como la Encuesta Bienal de Culturas 2015 y 2017

3. ¿En lo que va transcurrido de la administración Bogotá Mejor para Todos ¿Cuántas y cuales campañas de comunicación y/o divulgación “publicitaria” (con nombre propio de las campañas y/o proyectos) que impliquen ejecución presupuestal, se han desarrollado de forma directa o mediante agencias publicitarias, centrales de medios y/o a través de medios masivos tradicionales, medios masivos sociales (redes), alternativos, comunitarios, otros; en eventos y en la producción de uniformes, merchandising, y todo lo relacionado con

Carrera 30 N. 25 - 90  
Código Postal 111311  
Pisos 1,5,8 y 13  
PBX 335 8000  
www.sdp.gov.co  
Info.: Línea 195



SG-CER259292



CO-SC-CER259292



GP-CER259293

**BOGOTÁ  
MEJOR  
PARA TODOS**



ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE PLANEACIÓN

publicidad ATL, BTL, etc.? Favor, en la tabla, apuntar el presupuesto total por campaña hasta la fecha.

Discriminar en una tabla por sectores y cada una de sus entidades. Para los casos relacionados con medios audiovisuales, detallar horario y tarifas de las cuñas.

**RESPUESTA:**

A la fecha la Secretaría Distrital de Planeación por medio de la Dirección del Sisben, está realizando una campaña de divulgación e información referente del Sisben IV, la cual se contrató a través de la Licitación Pública No. 445/2018, por valor de \$280.211.680, cuyo objeto es Prestar el servicio de agencia de medios para la producción y publicación de información de carácter institucional en el marco de la aplicación del Sisben IV, en diferentes medios de comunicación y otros espacios publicitarios.

MEDIO DE COMUNICACIÓN	(FRANJAS O FRECUENCIAS SON ÚNICAMENTE PARA TV Y RADIO)	TARIFA DE CUÑA Y/O MENCIÓN
Televisión y Radio	CITY TV ARRIBA BOGOTÁ MENCIÓN	\$2.420.000
	CITY TV NOPTICIAS MENCIÓN	\$2.420.000
	ULTIMAS NOTICIAS PARA EJECUTIVOS1 EMISIÓN 20" – MELODIA	\$329.560
	PROGRAMA MUSICAL (L-V 10:00 -18:00) 20" -VIBRA	\$375.000
	NOTICIERO ALERTA 20" - LA CARIÑOSA	\$445.700
	RUMBA STEREO PROGR MUSICAL (L-V 10:00 -18:00) 20"	\$216.563
	LA KALLE PROGR MUSICAL (L-V 10:00 -18:00) 20"	\$400.350
	RADIO UNO LAS NOTICIAS DE 1 (L-V 05:00-10:00) 20"	\$304.920
	SUBA AL AIRE 6 A 10 AM 20"	\$63.445
	LA NORTE 10 AM A 1 PM 20"	\$66.708
	VIDA 1130 5 A 8 PM 20"	\$66.708
	VIENTOS ST 8 AM A 4 PM 20"	\$72.508
PROGRAMA MUSICAL (L-V 10:00 -18:00) 20" - RUMBA STEREO EL SOL	\$216.563	

Carrera 30 N. 25 - 90  
Código Postal 111311  
Pisos 1,5,8 y 13  
PBX 335 8000  
www.sdp.gov.co  
Info.: Línea 195



SC-CER259292



CO-SC-CER259292



GP-CER259293

**BOGOTÁ  
MEJOR  
PARA TODOS**

Igualmente, la Secretaría Distrital de Planeación por medio de la Dirección de Diversidad Sexual, entidad coordinadora de la Política Pública LGBTI, ha destinado recursos para la ejecución de la estrategia de cambio cultural “En Bogotá Se Puede Ser” en el Plan de Desarrollo Distrital “Bogotá Mejor Para Todos”, a través del proyecto 989 Fortalecimiento de la Política Pública LGBTI, así:

Vigencia	Costo Total Anual
2016 – Fase I “En Bogotá Se Puede Ser”	\$90.898.660 (Los recursos ejecutados se contrataron a través del proyecto 717 del Plan de Desarrollo “Bogotá Humana”)
2017 – Fase II “En Bogotá Se Puede Ser”	\$175.500.000
2018 – Fase III “En Bogotá Se Puede Ser”	\$180.000.000
2019, – Fase IV “En Bogotá Se Puede Ser”, a la fecha se han invertido	\$140.909.638

4. ¿Cuál es el costo total y discriminado de la pauta en medios masivos tradicionales, medios masivos sociales (redes), alternativos, comunitarios, otros; y en la producción de eventos, merchandising, y todo lo relacionado con publicidad ATL, BTL, etc.; para la Campaña “#Impopulares pero eficiente”?

**RESPUESTA:** La Secretaría Distrital de Planeación no ha destinado recursos para la campaña “#Impopulares pero eficiente”.

5. En relación “#Impopulares pero eficiente”? Favor informarnos si esta campaña fue diseñada y realizada por algún ente del D.C., o por agencias o empresas externas, informar el costo de los diferentes procesos.

**RESPUESTA:** La Secretaría Distrital de Planeación no ha destinado recursos para el diseño y realización de la campaña “#Impopulares pero eficiente”.

6. Especificar el costo específico de la pauta de la campaña En relación “#Impopulares pero eficiente”, que se ha emitido en horarios AAA, durante eventos televisivos como partidos de la selección Colombia, Tour de Francia, etc. Favor indicarlos todos estos eventos de interés nacional

**RESPUESTA:** La Secretaría Distrital de Planeación no ha destinado recursos para la campaña “#Impopulares pero eficiente”.



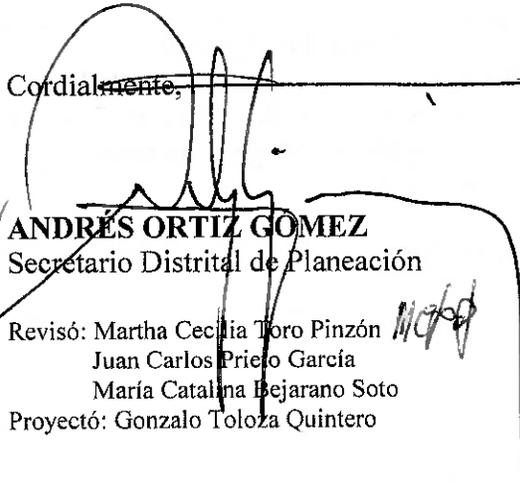
ALCALDÍA MAYOR  
DE BOGOTÁ D.C.

SECRETARÍA DE PLANEACIÓN

7. ¿Cuáles son los objetivos y criterios de la Administración del Distrito para realizar la inversión relacionada con la pregunta 6?

**RESPUESTA:** La Secretaría Distrital de Planeación no ha destinado recursos para la campaña “#Impopulares pero eficiente”, por consiguiente no puede referirse a los objetivos y criterios de la inversión en la respectiva campaña.

Cordialmente,

  
**ANDRÉS ORTIZ GÓMEZ**  
Secretario Distrital de Planeación

Revisó: Martha Cecilia Toro Pinzón *MCTP*  
Juan Carlos Prieto García  
María Catalina Bejarano Soto  
Proyectó: Gonzalo Toloza Quintero

Carrera 30 N. 25 - 90  
Código Postal 111311  
Pisos 1,5,8 y 13  
PBX 335 8000  
www.sdp.gov.co  
Info.: Línea 195



SC-CER259292



CO-SC-CER259292



GP-CER259293

**BOGOTÁ  
MEJOR  
PARA TODOS**