

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 1 de 28

FOLIO 1

CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA
SALÓN CENTRAL DE SESIONES 'LUIS CARLOS GALÁN SARMIENTO'

ACTA No.046 CORRESPONDIENTE A LA PLENARIA SABADO 18 DE ABRIL
DE 2026 Hora: 6:00 a.m.
PERIODO DE SESIONES ORDINARIAS DE 2026

MESA DIRECTIVA DEL CONCEJO MUNICIPAL

H.C. ROBIN ANDERSON HERNÁNDEZ REYES
Presidente

H.C. DANIELA TORRES ZÁRATE
Primera vicepresidente

H.C. LUIS EDUARDO ÁVILA CASTELBLANCO
Segundo vicepresidente

WILMAR ALFONSO PALACIO VERANO
Secretario General

HONORABLES CONCEJALES CON VOZ Y VOTO
Asistentes a la Plenaria

GUSTAVO ADOLFO ARDILA AYALA
OSCAR MAURICIO ARENAS VALDIVIESO
LUIS EDUARDO ÁVILA CASTELBLANCO
JAVIER AYALA MORENO
ELKIN YESID BELLO PEÑA
LUIS FERNANDO CASTAÑEDA PRADILLA
JOSÉ DAVID CAVANZO ORTIZ
ANDRÉS FELIPE DÍAZ ARÉVALO
OSCAR JAVIER DÍAZ LAYTON
JORGE EDGAR FLÓREZ HERRERA
HENRY GAMBOA VARGAS
ROBÍN ANDERSON HERNÁNDEZ REYES
DIEGO ARMANDO LOZADA TRUJILLO
CAMILO ANDRÉS MACHADO ARDILA
NELSON MANTILLA BLANCO
LEONARDO MANCILLA AVILA
TITO ALBERTO RANGEL ARIAS
CRISTIAN ANDRÉS REYES AGUILAR
DANIELA TORRES ZÁRATE

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 2 de 28

FOLIO 2

PRESIDENTE: Saludar a los Honorables concejales que madrugaron el día de hoy, dale gracias a Dios por un día más de vida de cada uno de ustedes, de sus familias, de las personas que se conectan a la transmisión del día de hoy, también saludar al jefe de prensa, el doctor Wilson Andrés Díaz Hernández y dale gracias también a la Policía Nacional que desde muy temprano nos acompaña. Señora secretaria hagamos el llamado a la verificación del quorum.

SECRETARIA AD HOC: Muy buenos días señor presidente, para usted y para los honorables concejales que nos acompañan, para el doctor Wilson Andrés y para la Policía Nacional y todos los presentes que nos acompañan a esta sesión plenaria de hoy, sábado 18 de abril, siendo las seis y quince de la mañana, procedo a hacer el primer llamado a lista. Gustavo Adolfo Ardila Ayala.

SECRETARIA AD HOC: Gustavo Adolfo Ardila Ayala.

INTERVENCIÓN H.C GUSTAVO ADOLFO ARDILA AYALA: secretaria, buenos días para usted, para los honorables concejales, para el director de la Oficina de Prensa y Comunicaciones, bienvenido doctor Wilson, a nuestra querida Policía Nacional, como siempre muchísimas gracias por estar hoy acá. Gustavo Ardila presente.

SECRETARIA AD HOC: Oscar Mauricio Arenas Valdivieso

INTERVENCION H.C OSCAR MAURICIO ARENAS VALDIVIESO: Muy buenos días, presente.

SECRETARIA AD HOC: Luis Eduardo Ávila Castelblanco.

H.C LUIS EDUARDO ÁVILA CASTELBLANCO: No respondió al llamado.

SECRETARIA AD HOC: Javier Ayala Moreno.

INTERVENCION H.C JAVIER AYALA MORENO: Bueno, buenos días para todos los concejales que muy temprano están aquí en la plenaria, para nuestro presidente, al doctor Wilson, bienvenido al Concejo Bucaramanga. Como extrañamos compañeros al concejal Carlos Parra, ya él hubiera hecho un acuerdo municipal donde los que llegan tarde serían sancionados, de pronto con pérdida de investidura, porque él era muy estricto en sus cosas. Parrita, un saludo muy especial y lo extrañamos porque usted no pudo ajuiciar este concejo, presente.

SECRETARIA AD HOC: Elkin Yesid Bello Peña.

H.C ELKIN YESID BELLO PEÑA: No respondió al llamado.

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 3 de 28

FOLIO 3

SECRETARIA AD HOC: Luis Fernando Castañeda Pradilla

INTERVENCION H.C LUIS FERNANDO CASTAÑEDA PRADILLA: Buenos días, presente secretaria.

SECRETARIA AD HOC: José David Cavanzo Ortiz.

INTERVENCION H.C JOSÉ DAVID CAVANZO ORTIZ: Presente, secretaria, saludando a todos los honorables concejales, la Policía Nacional, al señor presidente de manera muy especial, gracias.

SECRETARIA AD HOC: Andrés Felipe Díaz Arévalo

INTERVENCION H.C ANDRÉS FELIPE DÍAZ ARÉVALO: Presente, secretaria, saludo a todos mis compañeros concejales, al director de prensa, Andrés Díaz, presente.

SECRETARIA AD HOC: Oscar Javier Díaz Layton.

H.C OSCAR JAVIER DIAZ LAYTON: No respondió al llamado.

SECRETARIA AD HOC: Jorge Edgar Flórez Herrera.

H.C JORGE EDGAR FLÓREZ HERRERA: No respondió al llamado.

SECRETARIA AD HOC: Henry Gamboa Vargas.

H.C HENRY GAMBOA VARGAS: No respondió al llamado.

SECRETARIA AD HOC: Robín Anderson Hernández Reyes.

INTERVENCION H.C ROBÍN ANDERSON HERNÁNDEZ REYES: Muy buenos días, señora secretaria, presente nuevamente.

SECRETARIA AD HOC: Diego Armando Lozada Trujillo.

INTERVENCION H.C DIEGO ARMANDO LOZADA TRUJILLO: Presente, presidente.

SECRETARIA AD HOC: Camilo Andrés Machado Ardila.

H.C CAMILO ANDRÉS MACHADO ARDILA: No respondió al llamado.

SECRETARIA AD HOC: Nelson Mantilla Blanco.

INTERVENCION H.C NELSON MANTILLA BLANCO: Buenos días, presidente, concejales, saludar a la insignia del Concejo

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 4 de 28

FOLIO 4

Bucaramanga, representativo y de Ciudad, presente Nelson Mantilla.

SECRETARIA AD HOC: Leonardo Mancilla Ávila

H.C LEONARDO MANCILLA ÁVILA: No respondió al llamado.

SECRETARIA AD HOC: Tito Alberto Rangel Arias

INTERVENCION H.C TITO ALBERTO RANGEL ARIAS: Presente, muy buenos días

SECRETARIA AD HOC: Cristian Andrés Reyes Aguilar.

H.C CRISTIAN ANDRES REYES AGUILAR: No respondió al llamado.

SECRETARIA AD HOC: Daniela Torres Zárate.

H.C DANIELA TORRES ZARATE: No respondió al llamado.

SECRETARIA AD HOC: Señor presidente, le informo, han contestado a lista diez honorables concejales existiendo quorum decisorio y deliberatorio. Se registra la asistencia del concejal Oscar Javier Díaz Layton.

PRESIDENTE: Bueno, señora secretaria, habiendo quorum, decisorio y deliberatorio, por favor, leemos el orden del día.

SECRETARIA AD HOC: Sí, señor Presidente, orden del día.
Primero: Llamado a lista y verificación del quorum.
Segundo: Lectura, discusión y aprobación del orden del día.
Tercero: Himno de la ciudad de Bucaramanga.
Cuarto: Tema, presentación del informe de gestión del primer trimestre del año 2026, oficina de prensa, alcaldía de Bucaramanga, a cargo del periodista Wilson Andrés Díaz Hernández, jefe de comunicaciones.
Quinto: Lectura de documentos y comunicaciones.
Sexto: Propositiones y asuntos varios.
Bucaramanga, sábado 18 de abril del 2026, hora seis de la mañana, lugar, en el salón de plenaria Luis Carlos Galán Sarmiento, del Concejo Municipal de Bucaramanga, Presidente, Honorable Concejal Robín Anderson Hernández Reyes, secretario General Wilmar Alfonso Palacio Verano. Señor Presidente, ha sido leído el orden del día.

PRESIDENTE: Honorables concejales, en discusión el orden del día.

SECRETARIA AD HOC: Ha sido aprobado el orden del día.

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 5 de 28

FOLIO 5

PRESIDENTE: Señora Secretaria, continuemos.

SECRETARIA AD HOC: Tercero, himno de la ciudad de Bucaramanga.

(HIMNO DE LA CIUDAD DE BUCARAMANGA)

PRESIDENTE: Señora Secretaria, para que registre la presencia del honorable concejal Luis Eduardo Ávila Castelblanco

SECRETARIA AD HOC: Se registra la presencia del honorable concejal Luis Eduardo Ávila Castelblanco.

PRESIDENTE: Señora Secretaria, continuemos con el orden del día

SECRETARIA AD HOC: Sí señor presidente. Cuarto: Tema, presentación del informe de gestión del primer trimestre del año 2026, oficina de prensa, alcaldía de Bucaramanga, a cargo del periodista Wilson Andrés Díaz Hernández, jefe de comunicaciones.

PRESIDENTE: Señora Secretaria, para que registre asistencia...

SECRETARIA AD HOC: Se registra la asistencia del concejal Henry Gambo Vargas.

INTERVENCION H.C ELKIN YESID BELLO PEÑA: Para registrar asistencia señor Presidente.

SECRETARIA AD HOC: Se registra la asistencia del honorable concejal Elkin Yesid Bello Peña concejal del deporte.

PRESIDENTE: Gracias señora secretaria, le damos la bienvenida nuevamente al doctor Wilson Andrés Díaz Hernández, jefe de comunicaciones de la oficina de prensa de la alcaldía de Bucaramanga. Hoy le corresponde doctor Wilson, la presentación del informe de gestión del primer trimestre del año 2026, tiene la palabra para que, por favor.

INTERVENCION DR. WILSON ANDRÉS DÍAZ HERNÁNDEZ: Muy buenos días para todos, bueno me permito presentarles a los honorables concejales el informe del primer trimestre del 2026 del área de comunicaciones de la alcaldía Bucaramanga. Nuestra oficina tiene tres metas, la primera de ella dentro del plan de desarrollo es publicar 83 contenidos digitales de campañas sobre posicionamiento de ciudad, en este primer trimestre logramos un avance físico de esta meta para el 2026 del 38,09% con la publicación de ocho contenidos de 21 que nos compite para esta meta de este año.

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 6 de 28

FOLIO 6

En la meta 2 del cuatrenio es realizar 150 publicaciones de ejercicios de participación ciudadana, oferta institucional y de interés de la ciudadanía del municipio de Bucaramanga en diferentes redes sociales y página web. En este primer trimestre logramos el 36,86 del avance físico de la meta con 14 ejercicios de participación publicados de los 38 que nos compite para la meta del año.

La meta 3 del cuatrenio es realizar 12 documentos de plan de medios para informar a la ciudadanía sobre proyectos, políticas, programas, oferta institucional en diferentes medios de comunicación como radio, prensa, televisión, digital e impresos. En esta meta tenemos el 25 de avance en la meta en físico del 2026, un proceso que está aún en formulación.

¿Cómo está la ejecución presupuestal de la oficina de prensa por cada una de las tres metas? En la meta 1 se ha comprometido 245 millones 850 mil, en la meta 2, 248 millones 400 mil y en la meta 3 que es plan de medios se ha comprometido 66 millones en total. Aquí les presento como está en este momento la contratación del personal en prensa por cada una de las metas, en la meta 1 tenemos 8 perfiles contratados, en la meta 2 que son ejercicios de participación ciudadana tenemos 10 perfiles contratados y en la meta 3 que es plan de medios tenemos 2 perfiles contratados.

Aquí les voy a evidenciar los ejercicios de campañas que se han publicado en la meta número 1 de los 83 contenidos digitales de campañas sobre posicionamiento de ciudad. La primera campaña que lanzamos en este año dentro de esta meta es: Bucaramanga, pionera nacional en barrismo social, aquí buscamos consolidar a Bucaramanga como una ciudad pionera en Colombia, en la implementación de la política pública del barrismo social, promoviendo la convivencia, la inclusión y la cultura de paz, mediante la transformación del barrismo en un espacio de diálogo, participación ciudadana y garantía derechos para quienes viven y expresan su pasión por el fútbol de manera pacífica. Esta campaña la desarrollamos al inicio del año, en un periodo del 26 de enero al 10 de febrero y Bucaramanga se consolida como una de las primeras ciudades del país en implementar esta política de barrismo social, transformando el barrismo en un escenario de convivencia, y Prensa y Comunicaciones fortaleció el ejercicio de esta política pública a través de esos contenidos que se desarrollaron para promocionar, socializar y divulgar esta información.

La siguiente campaña que tuvo fuerza en este primer trimestre fue: Tú tienes la fuerza, fue la campaña que se implementó para promocionar el pago del impuesto predial, el objetivo

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 7 de 28

FOLIO 7

fue promover el pago del impuesto predial en Bucaramanga mediante contenidos digitales, sensibilizar a la ciudadanía sobre el impacto del desarrollo sostenible, la competitividad y el fortalecimiento de las acciones del gobierno local. Esta primera etapa de esta campaña tuvo ejecución del 26 al 28 de enero y lo que buscamos fue empezar a promocionar todo el tema de lo que sería el pago del impuesto predial.

La tercera campaña que realizamos dentro de esta meta fue: Unidos por la movilidad, el objetivo de esta campaña fue fomentar la cultura de movilidad segura en Bucaramanga mediante contenidos digitales que sensibilicen a la ciudadanía sobre la importancia de la prudencia, el respeto por las normas de tránsito y el cuidado de la vida en las vías. Esta campaña Unidos por la movilidad buscó fortalecer ese mensaje de seguridad vial que se ha venido desplegando desde la visión de autoridad y orden del alcalde Cristian Portilla, logrando ampliar la visibilidad y la interacción en redes sociales y promoviendo comportamientos responsables en la vida a través de contenidos que apelan a la conciencia ciudadana y al valor de la vida. Esta campaña se desarrolló en un periodo de tiempo del 24 de enero al 11 de febrero, el objetivo fue obviamente sensibilizar y estar dando contenido de valor para todos los motociclistas de la ciudad para que obviamente respeten y mantengan el orden en las vías.

El siguiente contenido fueron los entornos escolares seguros, una campaña que lanzamos dentro de esta meta que nos compite a la oficina de Prensa y Comunicaciones, la cual fue fortalecer la percepción de seguridad en los entornos escolares al inicio de clases de este año, mediante contenidos digitales que visibilicen las acciones institucionales orientadas a la protección del bienestar de los niños, niñas y adolescentes en entornos escolares. Los resultados de esta campaña fue posicionar un compromiso institucional en la seguridad de los entornos escolares, alcanzando alta visibilidad e interacción en redes sociales y generando mayor conciencia ciudadana sobre la importancia de proteger la niñez, la adolescencia en la ciudad. Fue una de las campañas que más tuvo rédito digital en su ejercicio y en su ejecución.

Campaña Cápsulas Púrpura, continuamos en esta misma meta, el objetivo de esta campaña fue generar la conciencia de las mujeres de Bucaramanga a través de contenidos digitales que promueven la identificación de señales que alertan en relaciones y fomentan el bienestar, la reflexión y el empoderamiento, enfocado para fortalecer la protección a la mujer en la ciudad y se posiciona la iniciativa de Cápsulas Púrpura como un espacio digital de reflexión, sensibilización, logrando un alcance de interacción en redes sociales y

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 8 de 28

FOLIO 8

promoviendo la identificación de conductas que afectan el bienestar emocional de las mujeres.

En este informe continuamos hablando de lo que fue la campaña Bucaramanga Limpia, Ordenada y Segura, el objetivo fue promover el cumplimiento de las normas sobre el manejo adecuado de residuos óleos y escombros en Bucaramanga mediante contenidos digitales que visibilicen las acciones institucionales, sanciones y procesos de recuperación del espacio público. Se posicionó el mensaje de corresponsabilidad ciudadana en el manejo de residuos, logrando visibilidad e interacción en redes sociales y generando conciencia sobre la importancia de cumplir la normativa, evitar sanciones y contribuir a la construcción de una ciudad mucho más limpia. Esta campaña se ejecutó en el mes de febrero del 26 al 24 de marzo del 26 de febrero al 24 de marzo del 2026.

La siguiente campaña que desarrollamos en ese trimestre fue: Unidos, defendamos la Educación, ejecutada en el marco de inicio de clases, la cual fue visibilizar la inversión y las acciones de mejoramiento en infraestructura educativa en Bucaramanga mediante contenidos digitales que destaquen el compromiso institucional en espacios de aprendizaje dignos, innovadores y de calidad. Esta campaña se desarrolló del 4 al 15 de marzo, se posicionó el mensaje a la inversión en la educación como motor de desarrollo en Bucaramanga, logrando el alcance e interacción en redes sociales, fortaleciendo la percepción ciudadana sobre el compromiso del bienestar y calidad educativa.

La siguiente campaña fue: Hagamos Posible la Ciudad que Soñamos, fue para informar y sensibilizar a la ciudadanía sobre la importancia de la proyección que se tiene para la ciudad, como las grandes obras y lo que se tiene en proyección de ciudad, mediante los contenidos digitales que expliquen esos proyectos, el impacto y todas las acciones asociadas a esta estrategia. Lo que se logró en esto fue posicionar la alternativa clave para el desarrollo de la modernización de ciudad, visibilidad y esto está relacionado con el empréstito. Este periodo se desarrolló del 16 al 25 de marzo del 2026, como una acción de comunicar a la ciudadanía las mega obras que se tienen proyectadas para la ciudad.

Pasamos al informe de lo que fueron los 14 contenidos de ejercicios de participación ciudadana dentro de las metas que nos pide 150 publicaciones de ejercicios de participación ciudadana en el cuatrenio, publicados en redes sociales y en páginas web de la Alcaldía de Bucaramanga. Aquí les traemos un informe general de cuáles fueron esos 14 ejercicios de participación ciudadana que se realizaron.

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 9 de 28

FOLIO 9

El primero de ellos fueron diálogos con líderes de Juntas de Acción Comunal y Presidentes de Juntas de Acción Comunal en participación ciudadana. Eso fue un diálogo comunitario, el objetivo de esta estrategia fue fortalecer la participación ciudadana, la articulación con líderes comunitarios para la toma de decisiones. El segundo fue escucha en territorios, promoviendo la participación ciudadana y, sobre todo, gestando una escucha activa de parte de la Administración y el Gobierno local con la comunidad. El objetivo de esto fue identificar las problemáticas y necesidades directamente desde el territorio para orientar acciones institucionales. La tercera fue toda la oferta de servicios del SISBEN, el objetivo acá del tipo de participación fue oferta institucional directamente y el objetivo fue informar, facilitar y acceder a la ciudadanía a servicios y trámites enfocados al SISBEN que tanto benefician a poblaciones vulnerables de nuestra ciudad.

PRESIDENTE: Señora secretaria, para registrar la presencia del Honorable concejal Jorge Flórez en la plenaria.

SECRETARIA AD HOC: Se registra la asistencia del concejal Jorge Flórez Herrera.

PRESIDENTE: Continuemos, Doctor Wilson.

INTERVENCION DR. WILSON ANDRÉS DÍAZ HERNÁNDEZ: Listo. El cuarto ejercicio de participación ciudadana fue la promoción de becas internacionales, esto es oferta institucional, era promover las oportunidades educativas y acceso a formación internacional, esto a través de la Oficina de Asuntos Internacionales de la Alcaldía Bucaramanga. Se realizaron también talleres de formación ocupacional, eso fue enfocado a promover la oferta institucional y fue para que la ciudadanía que se vinculara a estos cursos fuera a fortalecer sus habilidades, emprendimiento y empleabilidad en la ciudadanía.

Entrega de complementos nutricionales a adultos mayores, oferta institucional y aquí lo que buscábamos era comunicar y garantizar ese bienestar y seguridad alimentaria para la población adulto mayor.

Jornada de adopción y esterilización y bienestar animal, oferta institucional, buscábamos promover la protección animal y el bienestar de las mascotas en la ciudad.

Se lanzó también el espacio Alcalde en mi Barrio, buscamos la participación ciudadana y la intervención territorial, una estrategia que busca resultados directos en el territorio y

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 10 de 28

FOLIO 10

fue acerca de la administración a la comunidad para atender problemáticas y ejecutar soluciones en el territorio directas.

También se realizaron la Mesa de Participación para el Plan de Desarrollo 2026-2027, aquí obviamente prima la participación ciudadana y fue recoger esas propuestas ciudadanas para construcción del Plan de Desarrollo.

También desarrollamos Ferias de Empleo, entonces aquí Prensa y Comunicaciones estuvo fortaleciendo toda la divulgación de esta oferta institucional para facilitar el acceso a oportunidades laborales y fortalecer la empleabilidad en los bumangueses.

El siguiente ejercicio de participación ciudadana fue: Asegurarte 2026, Sistema Municipal del Cuidado, es oferta institucional y aquí lo que buscamos fue socializar y comunicar esas acciones de reconocer, acompañar y fortalecer la labor de las personas cuidadoras en el municipio.

Espacios para la construcción de políticas públicas, aquí buscamos fortalecer la participación ciudadana y buscamos involucrar a la ciudadanía en la formulación de políticas públicas, ejemplos como la política pública de paz, la política pública de derechos humanos.

También realizamos ejercicios de participación ciudadana por parte de los canales digitales, como lo fue Encuestas de Percepción Ciudadana, Rendición de Cuentas 2026, promoviendo la participación de los ciudadanos para que nos dejaran obviamente esas percepciones y así fortalecer los procesos de rendición de cuentas que vienen para este año.

Y el último ejercicio de participación ciudadana durante este primer trimestre es la socialización del Programa de Transparencia y Ética Pública, PTEP, que buscamos que la participación ciudadana se fortalezca a través de la información y el control social y buscamos acá promover el conocimiento, seguimiento y control ciudadano sobre la transparencia y la ética pública.

Aquí les presentamos en general esos 14 ejercicios de participación ciudadana dentro de la meta 2.

Hay otros elementos comunicativos que implementamos en nuestra oficina de prensa, están los boletines de prensa, en el primer trimestre tenemos 215 contenidos publicados, esto es muy importante para ayudar a informar y masificar todas las acciones de la Administración Municipal a través de los medios de comunicación, los boletines de prensa se convierten en ese

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 11 de 28

FOLIO 11

vehículo para que los medios reciban de primera mano y de fuente oficial de la Administración, toda la información que requieramos amplificar a través de medios tradicionales de comunicación como radio, prensa y televisión.

Realizamos 12 ejercicios de ruedas de prensa de diferentes procesos que eran necesarios comunicar y ampliar el megáfono en la ciudadanía. Realizamos 12 monitoreos de medios porque constantemente, semana a semana, estamos midiendo el impacto de las comunicaciones en medios de comunicación.

Aquí les presento cómo estamos al corte del primer trimestre del 2026 en cuanto a nuestro ecosistema digital, en Facebook tenemos 151 mil 974 seguidores, en Instagram tenemos 93 mil 300 seguidores, en X tenemos 76 mil 112 seguidores, para un total de 321 mil 386 seguidores.

Balance general de cómo están las redes sociales actualmente en este primer trimestre. En visualizaciones, en Facebook alcanzamos 3 millones 804 mil 347 y en Instagram tuvimos 15 millones 833 mil 474 visualizaciones. Esto quiere decir que, en el ecosistema digital de la Administración, Instagram, lidera ampliamente el consumo de contenido, consolidándose como el principal canal en este primer trimestre en visibilidad digital.

En interacciones, Facebook nos reporta 57 mil 400 interacciones, en Instagram 424 mil 800. Aquí Instagram presenta un nivel de engagement significativamente superior, evidenciando una participación ciudadana mucho más activa. Visitas al perfil, en Facebook tenemos 78 mil 500 y en Instagram tenemos 60 mil 500. Facebook aquí refleja un incremento en interés institucional, Instagram fortalece posicionamiento y permanencia.

En alcance, en Facebook tenemos 419 mil, en Instagram tenemos 200 mil 100, Instagram muestra una expansión sostenida hacia nuevas audiencias, aunque con oportunidad de mejora por parte de seguir fortaleciendo ese alcance.

Seguidores nuevos en el primer trimestre, en Facebook tenemos 2 mil 800 y en Instagram tenemos 8 mil 700. Facebook muestra un crecimiento en comunidad, pero Instagram mantiene mayor capacidad de atracción orgánica.

Con esto hemos terminado el informe del primer trimestre, por parte de Prensa y Comunicaciones, de las tres metas que tenemos dentro del plan de desarrollo, de lo que le estamos apuntando en nuestro objetivo misional de estar manteniendo

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 12 de 28

FOLIO 12

informada a la comunidad de lo que son las grandes apuestas del gobierno y de la oferta institucional. Muchas gracias.

PRESIDENTE: Gracias a usted, doctor Wilson Andrés Díaz Hernández. Le damos la palabra a los honorables concejales. Tiene la palabra honorable concejal Gustavo Ardila.

INTERVENCION H.C GUSTAVO ADOLFO ARDILA AYALA: Muchas gracias, presidente. Yo solamente, en el informe que presenta la Oficina de Comunicaciones, tiene que ver con el tema de las campañas. Si bien las campañas pretenden llevar un informe o una oferta institucional de la administración hacia la ciudadanía, también es importante, y lo decía, que días, con el tema de las comisarias de familia.

En el tema del acompañamiento desde la Secretaría del Interior a la divulgación, de pronto, de la oferta institucional de las comisarias de familia. Si bien, pues, hay bastante, digamos, necesidad del ciudadano de ir a la comisaría. Pero también hablábamos de algo muy importante, la violencia contra el adulto mayor, que se está presentando dentro de los hogares bumanguenses. Y esa violencia contra el adulto mayor, yo le decía al secretario, ¿qué va a pasar si esta oferta institucional se comunica, únicamente al adulto mayor, no es de redes sociales, pero sí a través de medios normales, medios de comunicación normal, de prensa, de radio, inclusive, radio, digamos, de la tradicional? ¿Qué tal es tan posible que esta oferta institucional se pueda extender más? Porque decíamos, los abuelitos, ¿cómo hacen las denuncias que están siendo maltratados en sus casas?

Algunos tendrán sus medios y sus capacidades de movilidad para acercarse a una comisaría. Otros ni siquiera saben que existe ese recurso en una comisaría de colocar una queja por maltrato que reciben los adultos mayores en sus hogares. Es eso. Muchísimas gracias, presidente.

PRESIDENTE: Gracias a usted honorable concejal Gustavo Ardila, le damos la palabra al honorable concejal Oscar Díaz.

INTERVENCION H.C OSCAR JAVIER DIAZ LAYTON: Presidente, muchas gracias por el uso de la palabra, darle la bienvenida al doctor Andrés Díaz, jefe de la oficina de discapacidad. Yo quiero primero resaltar el trabajo que viene haciendo en cuanto a mostrar la oferta institucional a la ciudadanía, pero pedirle el favor hoy de ser quizás un poquito más intencional con la oferta institucional para las personas con discapacidad. Es importante que estas personas, esta población, pueda conocer la oferta institucional que tiene la

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 13 de 28

FOLIO 13

administración para ellos, porque muchas veces esta oferta como que no está siendo tenido tan en cuenta.

Entonces es importante poder resaltar un poquito esa disponibilidad que tengan las personas con discapacidad por medio de la oficina de prensa. Gracias, director, por prestarme atención. Gracias, presidente, por el uso de la palabra.

PRESIDENTE: Tiene la palabra honorable concejal Cristian Andrés Reyes.

INTERVENCION H.C CRISTIAN ANDRES REYES AGUILAR: Gracias, presidente. Bueno, eso fue todo. Saludar al doctor Andrés, a todo su equipo de comunicaciones en este informe.

Quería que, eh hace unos días que tuvimos el primer informe, hablábamos sobre puntos importantes del plan de medios de la alcaldía de la ciudad, solamente no medir de pronto el impacto en los temas más relevantes en medios de comunicaciones locales, sino mirar también ahorita que se acerca la Feria de la Ciudad, cómo podemos otra vez posicionar Bucaramanga para que traigamos más turismo con el Instituto de Cultura, ahorita hay una serie de eventos también en los cuales podemos generar lotería. Sé que el año pasado se pudieron hacer unas estrategias en medios de comunicaciones nacionales. Entonces, mirar dentro de ese plan de medios que hay por parte de la alcaldía, cómo podemos nosotros hacer desde ya el posicionamiento de marca, el tema del Fashion Week ahorita que hay, tema de la moda, temas importantes y relevantes para ver cómo atraemos más turismo, más movimiento, más comercio.

Una estrategia que vaya enfocada a mostrar la cara bonita que tiene nuestra ciudad, los entornos que tiene y sobre todo también especialmente un segundo punto que he venido tratando es del cómo comunicarle al ciudadano desde cada secretaría la oferta de servicios. Mucha gente no sabe cómo hacer trámites, en diferentes trámites que tienen como un certificado de uso de suelos, cómo se hace eso, a través de qué plataforma. Entonces, y de eso se trata el comunicar, de eso se trata también cada una de las oficinas, que estén articuladas.

Me parecería interesante que de cada una de ellas se haga un plan donde se le cuente al ciudadano, pero de verdad mirar cómo llegamos a ellos para que la persona no tenga que estar a la deriva cuando llega la administración. Sí, válido que tengamos el CAME, pero hay como los medios digitales, como las redes sociales, nos sirve para toda esa clase de contenido. Entonces, mirar cómo cada secretaría sale, saca su portafolio de servicios y cómo se lo muestra al ciudadano,

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 14 de 28

FOLIO 14

qué trámite hace, qué se necesita para hacer el trámite y ojalá hasta la PQR para una vez, o el link ahí pegado dentro de la publicidad, dentro de la publicación, dónde es el link, cuál es el requisito y cómo puede hacer las cosas y muchas veces, de pronto, tener que utilizar algún tramitador. Gracias, presidente.

PRESIDENTE: Tiene la palabra honorable concejal Luis Eduardo Ávila Castelblanco.

INTERVENCION H.C LUIS EDUARDO ÁVILA CASTELBLANCO: Gracias, presidente, por el uso de la palabra. Un cordial saludo para usted. Para los compañeros concejales, darle la bienvenida al Doctor Andrés, en su informe del primer trimestre del 2026.

Doctor Andrés, nosotros vemos que aquí en el Plan de Medios tiene un presupuestado de más de 3.000 millones de pesos, pero en este primer trimestre de la Meta 3, el logro es de 0.75, un 25% de los presupuestos programados, es aproximadamente 66 millones de pesos. Entonces, pues sí quisiéramos saber por qué tan baja esa la ejecución en este primer trimestre, en este Plan de Medios, pues donde, de manera oportuna, se debe estar comunicando a la ciudadanía, pues las horas, los estudios, la, digamos, la contratación, en el tema de que usted tiene un equipo y, pues, por qué es tan baja la ejecución en este plan. Donde nosotros, y ya lo decían algunos de mis antecesores, pues la oficina de la prensa es la que le da ese resorte y ese indicador a los ciudadanos, hacia qué o cómo podemos llegar a la administración municipal, que es algo muy importante y que se necesita.

Entonces, también me llama mucho la atención que haya sido tan baja esta ejecución, donde, digamos, en este primer trimestre, generalmente se caracteriza la oficina de la prensa dando la información sobre todo del impuesto predial. Tuvimos el cierre del pago del impuesto y, pues, aparentemente los resultados o las pautas que se utilizaron, pues no fueron las más idóneas, pues porque solamente se quedaron en unas de las ejecuciones bajas. Entonces, sí quisiéramos saber qué pasa o cómo, qué fue la situación de que pasó en este primer trimestre.

Segundo, hacia quiénes estamos enfocados nosotros con nuestras publicaciones, ¿sí? ¿Quiénes son los que nos están dando la aceptación online y quiénes están viendo esas publicaciones? Ustedes tienen ya referenciado qué tipo de población, porque si nosotros nos vamos a las zonas rurales, seguramente ellos no están viendo las publicaciones de la oficina de prensa de la alcaldía de Bucaramanga, por dificultades de conectividad, porque no tienen el celular, digamos, acorde, para que puedan

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 15 de 28

FOLIO 15

estar viendo videos o simplemente porque no tienen la información de que la oficina de la prensa está enviando información que puede ser muy importante para este sector y de pronto ellos no identifican cómo pueden llegar a la administración sino tienen que venir desde la zona rural aquí a la ciudad a hacer sus, digamos, actividades o hacer esas vueltas que necesitan para con la alcaldía de Bucaramanga, pero sí con una información clara por medio de la oficina de prensa y teniendo de pronto las alternativas digitales, pues podrían hacer esas actividades de una manera mucho más acorde.

Sabemos que hoy es muy importante los medios, el tema tecnológico, la digitalización es clave y ustedes tienen un resorte muy importante para darle a conocer a los ciudadanos todas las alternativas que tenemos, pero sí pedimos desde esta curul que se focalicen un poco más en cómo llegarle a los ciudadanos, que los ciudadanos sientan el respaldo de la administración bajo la información idónea, no en la publicidad de lo que se viene o de lo que se va a proyectar, sino cómo podemos cerrar esa brecha entre la ciudadanía y la alcaldía de Bucaramanga. Presidente, muchas gracias por el uso de la palabra.

PRESIDENTE: Gracias a usted, honorable concejal Luis Eduardo Ávila Castelblanco, vicepresidente de esta corporación, le damos la palabra a la honorable concejala Daniela Torres. Tiene la palabra.

INTERVENCION H.C DANIELA TORRES ZARATE: Gracias, presidente. Doctor Wilson, bienvenido al Concejo de Bucaramanga. Bueno, quiero empezar mi intervención principalmente enfatizando en un tema que he venido, digamos, manifestando acá en el Concejo de Bucaramanga cada vez que la oficina de prensa viene a visitarnos.

Es que Bucaramanga no es un municipio cualquiera, Bucaramanga tiene una connotación especial, tiene una categoría especial y esto, digamos, no lo hace un municipio más, sino implica que esto tenga rigor en el gasto de cada secretaría y en cada oficina. Entonces, hoy, digamos, nosotros como concejales no venimos a evaluar una agencia de marketing, de publicidad, sino venimos a evaluar la oficina de prensa y comunicaciones, un área que pues debe ser sagrada para el ciudadano de Bucaramanga. Un puente que hoy tiene la administración con la ciudadanía, el derecho que le asiste al ciudadano de tener el derecho de información y el conocimiento de la oferta del Estado.

Ustedes tienen una función muy, muy valiosa, muy importante en ese sentido. Entonces, la primera pregunta que me gustaría

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 16 de 28

FOLIO 16

hacer de forma reflexiva ante esta oficina es que, si realmente estamos comunicando para servir, que es la verdadera esencia o misionalidad de esta oficina de prensa, o simplemente estamos publicando para figurar. Esto, digamos, tiene una línea muy delgada.

Por eso siempre he sido muy crítica con la oficina de prensa, porque sí hay una delgada línea entre figurar y servirle a ciudadanos. Entonces, vemos cifras, digamos, que para un experto de marketing serían muy envidiables. Por ejemplo, el aumento del 398% en visualizaciones y 15 millones de impactos en Instagram, digamos, es muy valioso en materia de redes sociales.

Yo sí quisiera preguntar si ustedes tienen una trazabilidad o una forma de evaluar el impacto real, cómo se traducen esas visualizaciones, el impacto real para la gente, para la ciudad. Digamos, aquí, desde nuestra postura crítica de los medios, observamos una brecha de utilidad, voy a hacer énfasis en cinco puntos. Mientras las visualizaciones suben, el 398%, vemos que ha habido una caída en materia de los enlaces, o cuando hacen clic en los enlaces, del 68%. Entonces, prácticamente se están pagando por visualizaciones pasivas, no por soluciones efectivas para la gente.

Ahora, la comunicación que ustedes tienen por parte de prensa parece aislada, con la población con discapacidad, con las comunidades OCI, con las mujeres, con las niñas en vulnerabilidad, porque las métricas no reflejan, posiblemente en el informe ese impacto social real. Me gustaría saber, en los informes de gestión de prensa, vuelvo y digo, no estamos evaluando una agencia de publicidad ni la cantidad de likes que tiene cada publicación, sino realmente cómo se traduce ese impacto de visualización en la vida de la gente.

¿Cómo se registra contablemente la inyección del dinero en plataformas meta? Me gustaría saber si tienen algún tipo de inversión en plataformas meta, si es contenido orgánico realmente, o hay una pauta segmentada por parte de ustedes. Y también me gustaría saber si hay alguna articulación con la oficina TIC.

Digamos, ¿no vemos una unión con la oficina TIC para implementar, por ejemplo, chats o chats bots que permitan a la ciudadanía descongestionar todo tipo de solicitudes con referente al CAME? Porque no tiene sentido, digamos, que muestren ustedes o que se celebre likes cuando el ciudadano siga haciendo filas largas en el CAME.

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 17 de 28

FOLIO 17

Ahora hablemos sobre la eficiencia del gasto. Ustedes dicen que tienen un porcentaje significativo de presupuesto, que han gastado un porcentaje significativo de presupuesto de recursos para contenidos digitales en tan solo tres meses. Me gustaría saber cómo se piensa sostener esa operación digital en el transcurso del año o el resto del año que queda, sin sacrificar obviamente esa calidad del tema comunicativo. También sobre el tema de la inclusión, ¿cuál sería el indicador de impacto que garantice a las poblaciones, a las comunidades que ya he mencionado? Pues obviamente que ustedes puedan evidenciar que esa información llega efectivamente a las comunidades. ¿Cómo pueden ustedes evidenciar eso? Que siento que es lo más importante de esta oficina, más allá de la simple visualización masiva.

Y me gustaría preguntar si existe algún plan de trabajo entre esta oficina de prensa junto con la oficina TIC. Me parece que ustedes deberían trabajar articuladamente y no como una oficina aislada. Y si existe un plan de trabajo que nos lo permitan conocer, porque cuando ustedes empiezan a trabajar articuladamente con la oficina TIC, automáticamente esta oficina deja de ser esa fábrica de notas de prensa y se empieza a convertir en lo que realmente debería ser, una plataforma de servicios ciudadanos articuladas con herramientas TIC. Eso debería ser hoy la oficina de prensa.

Entonces, hoy digamos, y siempre que ha venido la oficina de prensa, hemos dicho que esta oficina no ha cumplido, digamos, con realmente sus funciones estructurales, sus funciones de fondo, que vuelvo y digo, es una plataforma de servicios ciudadanos y no un plan de publicidad personal o de figuración personal de ciertos actores que están al interior de la administración. Entonces, la pregunta es, ¿realmente esta oficina de prensa se está volviendo o se ha convertido en esa plataforma de servicios ciudadanos o de información ciudadana articulada con herramientas TIC?

Yo, hasta el momento, diría que no. Entonces, sí me gustaría que en el próximo informe de gestión sean un poco más detallados, más allá de las visualizaciones y los likes, que realmente a mí no me interesa y a nosotros como concejales no nos interesa evaluar el impacto en redes sociales, nos interesa evaluar el impacto de esas visualizaciones en la vida de la gente. Esa es la realidad, de cómo ustedes le van a facilitar la vida a la gente descongestionando a través de las herramientas TIC todos los tipos de trámites burocráticos que existen o de alrededor de la administración.

Esperamos ver pues, esas cifras de impacto social en el próximo informe de gestión y recordar que obviamente esta es

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 18 de 28

FOLIO 18

la oficina de prensa de una ciudad de categoría especial y deberá ser una, digamos, oficina de servicios para que deje de ser por fin ese lugar o esa oficina o esa vitrina de vanidad que realmente a veces siento que se ha convertido en esta oficina de prensa. Gracias, presidente.

PRESIDENTE: Gracias a usted, honorable concejal Daniela Torres, vicepresidenta de esta corporación. Tiene la palabra, honorable concejal Camilo Machado.

INTERVENCION H.C CAMILO ANDRÉS MACHADO ARDILA: Muchas gracias, presidente, por el uso de la palabra. Saludar al director de esta oficina. Pues siempre el tema que nosotros tocamos en estos informes es justamente el tema de la visibilidad que se le da a las adopciones de perritos y gaticos que se encuentran en la unidad de bienestar animal y que requieren un hogar.

Efectivamente hemos podido evidenciar diferentes publicaciones en ese sentido. Yo creo que hay que, digamos, continuar con ello. Prácticamente todos los días de la semana debería hacerse una publicación alusiva a la adopción. Puede ser un carrusel de fotos, puede ser un reel que ojalá sea creativo, contando incluso las historias, algunas de las historias de los animales que están en la unidad. Muchas veces el contar la historia detrás de un animal representa la diferencia entre que alguien lo pueda adoptar y que puede encontrar una familia.

Ahora, yo quisiera, ahora que avanzáramos en otro aspecto y es conocer el impacto que tienen estas publicaciones. Si efectivamente están surtiendo, digamos, el impacto efectivo para conseguir un hogar, yo creo que sería muy interesante que se pudiera articular con la Secretaría de Salud y Ambiente y que en el llenado de formularios haya alguna pregunta que pueda indicar cómo se enteró de la adopción o, digamos, de la existencia para poder adoptar ese perrito o gatico. Y de esa forma podríamos medir qué, o más bien cuál es el impacto real de esas publicaciones sobre la vida de un animal que consigue familia. Entonces, si el 50%, el 60%, el 80% de la gente o de las adopciones que hay en el municipio son vía redes sociales o tuvo conocimiento a través de las redes sociales por una publicación en la página de la Alcaldía, en la página de Ambiente, pues creo que así se puede de pronto calcular en mejor medida el impacto de estas publicaciones y podemos revisar dónde tenemos que fortalecer un poco.

Nosotros creemos que las jornadas de adopción presenciales pues también son importantes, sin embargo, hoy que estamos acá en el tema de la oficina de prensa, pues sí sería interesante esa articulación para poder conocer cuál es la

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 19 de 28

FOLIO 19

cantidad de personas que adopta vía redes sociales. Creo que eso sería muy interesante porque, además, si el porcentaje es muy bajo, pues hay que revisar cómo se rehacen esas publicaciones en forma distinta, se cambia la información, se buscan, digamos, otros métodos o si están siendo, por el contrario, muy efectivas, pues se puede seguir, digamos, replicando de la manera que se ha venido haciendo.

Eso, digamos, es importante, importante también que ustedes puedan dar a conocer constantemente que la Alcaldía tiene una página en materia de adopciones que ahí pueden entrar las personas a conocer la totalidad de perritos y gaticos que se encuentran en el programa de adopciones porque muchas veces lo que alcanza en un video o en un carrusel de fotos cuando muchos serán 10, y eso 10, 20 animales y allí hay aproximadamente más de 100 animales. Entonces, yo creo que sí es importante que la gente pueda conocer el recurso completo con diferentes herramientas que lo lleven allá. Eso, digamos, por un lado.

Y por el otro, yo quería conocer, director, cuál es el plan de medios que tiene esta Alcaldía, qué medios de comunicación le están pagando y cuánto le están pagando. Quisiera que nos pudiera hacer esa relación concreta frente a cuánta plata se está invirtiendo en el plan de medios y cuáles son los medios que la están recibiendo. Muchas gracias, presidente.

PRESIDENTE: Gracias a usted, honorable concejal Camilo Machado. Tiene la palabra el doctor Wilson Andrés Díaz.

INTERVENCION DR. WILSON ANDRÉS DÍAZ HERNÁNDEZ: Bueno, principalmente gracias a cada uno de las preguntas y las intervenciones de los honorables concejales, lo cual permite ahondar mucho más del ejercicio de prensa y comunicaciones.

Para iniciar, entonces, concejal Gustavo y concejal Oscar Díaz, creo que me llevo a esa tarea de seguir fortaleciendo esas campañas por parte del concejal Gustavo, el tema de una campaña promoviendo esa denuncia de presuntos actos de maltrato en adulto mayor. Creo que aquí una estrategia muy funcional puede ser empoderar a la ciudadanía para que sepan cuáles son esos canales, esas medidas y esas acciones a la hora de poder identificar algún caso de maltrato en contra de un adulto mayor en nuestra ciudad.

Igualmente, el concejal Oscar Díaz, seguir fortaleciendo campañas que promocionen, socialicen, visibilicen el tema de lo que es la oferta institucional para personas con discapacidad. Si bien es cierto, para abordar estos puntos, desde mi profesión entendemos que para comunicar no hay una

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 20 de 28

FOLIO 20

fórmula exacta, no hay un límite, sino que todo lo que sea a bien, utilizarlo para comunicar y sobre todo en entidades públicas, hay que hacerlo, porque a la final el ciudadano es nuestro principal objetivo.

Doctor Cristian Reyes me hablaba acerca de esa campaña que debemos seguir posicionando a Bucaramanga, este año hemos lanzado la campaña Nos vemos en Bucaramanga, la cual está enfocada en mes a mes estar promocionando, divulgando, abriendo el megáfono desde las cuentas oficiales a todos esos eventos que fortalecen el turismo, la hotelería, la economía local, y en ese sentido se ha venido desarrollando, personalmente tengo mucha comunicación por lo menos con el Teatro Santander, con diferentes entidades culturales de la ciudad, igualmente con el IMST tenemos una estrategia más mancomunada donde buscamos fortalecer y divulgar y de Prensa y Comunicaciones siempre hemos estado dispuestos a fortalecer toda iniciativa del Instituto de Cultura para poder seguir fortaleciendo Bucaramanga como una ciudad de signo, como una ciudad región, como una ciudad de grandes eventos.

Me preguntabas también acerca de campañas de trámites, creo que sí, siempre hay que estar reforzando y son campañas que no son de una sola vez, sino es que hay que estar dando sostenimiento constante a estos productos comunicativos, que siempre la gente sepa cómo acceder, cómo colocar una PQR, cómo acceder a un servicio, buscarlo o solicitarlo y de esa manera son campañas de sostenimiento que siempre están ahí, enfocadas y siempre se están dando esa trazabilidad.

Concejal Ávila también me hablaba acerca de la formulación del Plan de Medios. La formulación del Plan de Medios, el Plan de Medios actualmente, porque solo tiene 66 millones de ejecución de la meta, porque esos son los dos contratos de las EPS que nos ayudan en el proceso de formulación. El Plan de Medios al día de ayer está en viabilidad 1 y está en su curso, normal que debe tener este proceso desde el componente legal, técnico, jurídico, para luego ir a plataforma y esperar que surta el tiempo para que obviamente podamos ya estar ejecutándolo. Al momento no ha habido como tal ejecución del Plan de Medios, solo está el tema de las EPS contratadas para la ayuda de la formulación de ese Plan de Medios. Entonces, por ese sentido, también hablabas acerca de los públicos objetivos.

Una de las estrategias o por sí uno de los motivos por los cuales cada dependencia, cada secretaría o cada proceso importante que tenga un gran público objetivo de beneficio, cada uno tiene su canal digital. En ese mismo canal digital se construyen a sí mismos sus propias microcomunidades

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 21 de 28

FOLIO 21

digitales, digámoslo así, es decir, educación, quien consume el contenido de educación son estudiantes, docentes, comunidad educativa, padres de familia. Por lo menos cuando vemos en infraestructura, hablabas acerca de la comunidad rural, cada vez que vamos al sector rural y anunciamos, porque siempre tenemos una metodología del antes, durante y después, evidenciamos que en esas cuentas cuando se visibiliza acciones o se va al territorio rural, mucha gente de estos entornos empieza a consumir esos contenidos.

Entonces, en este punto podemos decir que cada público objetivo, por eso tiene cada canal, por lo menos las cuentas del IMST, son artistas, gente que le gusta el arte, cada público se va adaptando a donde encuentre esa información de primera mano. Entonces, en ese sentido, cada uno de los públicos tiene como ese canal y es lo que estamos buscando. Por eso, cada comunicador o cada enlace que tiene esas cuentas, administrándolas, tienen que esforzarse y entender cómo es su comunidad, cómo es su público objetivo para que cada uno de sus contenidos, de sus acciones, de sus publicaciones apunten a ese objetivo comunicacional que tenemos. Listo.

Concejal Daniela Torres. Bueno, hay algo importante y siempre hemos como revisado el tema y en comunicaciones tenemos dos clases de métricas o de mediciones. Las iniciales o las básicas que toda oficina de comunicación tiene son las que tenemos a mano y que son las que nosotros administramos, como son las que nos dan las plataformas directamente, nuestros monitoreos de medios, nuestros seguimientos, porque nosotros internamente sí tenemos una metodología de seguimientos constantes semana a semana, donde medimos el impacto de las comunicaciones, hacia dónde se está yendo la discusión digital, cuáles son las necesidades o las consultas que nos hacen los ciudadanos, y en ese sentido tenemos una metodología.

Pero tenemos unas metas que podemos ser, a la final nosotros somos transversales. Entonces, comunicación se convierte en una oficina que es transversal y si bien es cierto, nosotros cada proceso que fortalecemos desde nuestra área, pues los resultados finales los presentan son esas dependencias. Entonces, por lo menos, nosotros lanzamos la campaña de recaudo de impuesto predial.

Nosotros tenemos hasta una... la primera fase es nosotros entender que tenemos esas metas o esas métricas, perdón, donde nos dice cómo se comportó la campaña que lanzamos. Pero a la final ya viene la segunda fase, que sería el informe de Hacienda, diciendo cuánta gente recaudó que a la final

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 22 de 28

FOLIO 22

comunicaciones se empujó ese desarrollo comunicativo para que la ciudadanía se enterara.

Igualmente, así con cada una de las acciones o de los programas. Voy a consultar el tema para ver si de pronto en cada informe pueda tener esos datos de cada una de las secretarías sin entrar de pronto en la competencia de ellos de sus informes, porque ellos también podrán... no, pero Andrés, es que ese es mi informe, ¿cómo tú lo vas a dar? Por eso desde mi competencia siempre vengo a dar los informes de las métricas que nosotros tenemos y manejamos y que son las directas a nuestra oficina.

Hablabas también acerca de si tenemos en este momento inversión en pauta, como le respondía al doctor Ávila, al concejal Ávila, en este momento está en fase 1 el plan de medios, a un momento no ha habido pauta como tal y no tenemos pauta con meta, todo lo que hacemos es orgánico, por eso manejamos en la metodología una parrilla constante de contenido orgánico para que obviamente estemos, no dependiendo en cierta manera de métricas ajenas, sino que nuestra comunidad pueda tener obviamente ese enfoque de estar recibiendo constantemente la información que debemos tener. Es decir, tenemos un canal orgánico.

En cuanto al tema de TICS, nosotros siempre trabajamos mancomunadamente con todas las dependencias, por lo menos, la próxima semana administrativa lanza un aplicativo de contratación electrónica. Obviamente, cuando a mí me dicen ya está listo el aplicativo, ahí entro yo a potencializar con todo el equipo, la información, la divulgación y demás. Nosotros no estamos en esos procesos técnicos porque no es nuestra competencia.

Igualmente, pues TICS debe entender, y ellos están en su ejecución del cumplimiento de gobierno en línea y demás, que es lo que mencionaba de una atención directa y digital y cómo poder fortalecer estos procesos de atención al ciudadano desde el componente digital. Todo aplicativo que ellos puedan desarrollar o estén proyectando, apenas esté listo, obviamente nosotros empezamos la divulgación y la masificación de este contenido porque ahí entramos nosotros. Entonces, ya cuando el programa, el producto, el servicio está listo, ahí ya entramos nosotros a promocionarlo de manera que los ciudadanos lo puedan entender.

Me preguntabas también cómo garantizar esa eficacia o esa ejecución para poder mantener. Pues obviamente estamos ahora ya comprometidos, como decíamos, el presupuesto de este primer tiempo. Prácticamente nuestra oficina tiene una proyección de

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 23 de 28

FOLIO 23

contratos como hasta mitad de julio y pues estaremos esperando obviamente recursos nuevos para poder mantener todo el equipo y seguir con la ejecución de las metas.

Entonces, en ese sentido es tener, y para finalizar, comunicaciones, siempre vamos a tener un resultado residual o transversal de todas las demás dependencias. De cada una de las acciones que fortalezcamos comunicativamente, pues ahí estamos aportando.

Como te decía, pues al final cada dependencia entregará el balance final de cómo fue su ejercicio y pues a la final hay comunicaciones, tenemos algunos réditos de cada uno de esos resultados pues porque de nosotros aparece todo el tema de apalancamiento comunicativo en diferentes medios, a través de los boletines de prensa, a través del monitoreo de medios, a través de las publicaciones y demás.

Y, concejal Machado, obviamente siempre hemos tenido claro el tema. Bueno, primero, creo que con lo de Plan de Medios que me preguntaste también, pues ya les respondo. Al momento no hay, estamos en fase de viabilidad de Plan de Medios y en tema obviamente sabemos que no debemos escatimar en tema de adopción animal ni todo el componente animal, de protección animal, adopción, esterilización, vacunación y todas las jornadas que se están haciendo. Si bien es cierto, hemos sido muy sistemáticos en esas publicaciones de convocatoria, de evidencia de los procesos y hacer un antes. Igualmente, como lo mencionas, hemos estado siempre estando, comunicando de manera sostenida el tema de adopción animal.

La semana pasada sacamos alrededor de tres contenidos donde estábamos promocionando todo el tema de adopción y sabemos que obviamente es una meta también de nosotros de estar promocionando y fortaleciendo el tema de protección animal.

Entonces, desde nuestro gobierno, eso es una prioridad también y estamos obviamente enfocando y seguimos revisando el tema de poder seguir fortaleciendo esa plataforma digital de adopción donde la gente pueda tener mucho más acceso a ello.

PRESIDENTE: Gracias al doctor Wilson Andrés Díaz Hernández. Señora secretaria, continuamos con el orden del día.

SECRETARIA AD HOC: Sí, señor presidente. Quinto, lectura de documentos y comunicaciones. Señor presidente, le informo que no hay documentos ni comunicaciones radicadas en la secretaría.

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 24 de 28

FOLIO 24

PRESIDENTE: Gracias, señora secretaria. Continuamos con el otro punto del orden del día.

SECRETARIA AD HOC: Sexto, proposiciones y asuntos varios. Señor presidente, le informo hay dos proposiciones radicadas.

PRESIDENTE: Leámoslas, señora secretaria.

SECRETARIA AD HOC: Sí, señor presidente. Proposición número uno. Honorables concejales de Bucaramanga, mediante la presente proposición y de conformidad con el reglamento interno acuerdo número 031 de 9 de octubre del 2018, artículo 120 de la corporación, solicitamos se sirva citar al Instituto Municipal de Cultura y Turismo, la Secretaría del Interior e invitar a la Policía Metropolitana Bucaramanga con el fin que se rinda informe detallado sobre el proyecto escultórico que involucra la utilización de armas blancas incautadas, iniciativa que según información pública se está desarrollando con participación de entidades del orden municipal.

Lo anterior teniendo en cuenta las preocupaciones manifestadas por la mesa sectorial de artes plásticas y visuales de Bucaramanga y Santander en ejercicio de su función de interlocución y veeduría ciudadana frente a las políticas culturales del municipio, quienes han solicitado claridad, transparencia y rigor en la concepción y ejecución de este tipo de proyectos dadas su carga simbólica y su impacto en la ciudadanía.

En este sentido se solicita la respuesta a los siguientes cuestionamientos. Primero, proceso de selección del artista. Sírvase informar cuál es el mecanismo mediante el cual se seleccionó el artista encargado del proyecto indicando si se trató de convocatoria pública, invitación directa u otro procedimiento administrativo. Así mismo señalar los criterios técnicos curatoriales y administrativos que sustentaron dicha selección.

Segundo, posibles conflictos de interés. Indicar si se evaluó la existencia de posibles conflictos de interés relacionados con vínculos laborales, contractuales o institucionales entre el artista seleccionado y la administración pública, en caso afirmativo, precisar cómo fueron declarados gestionados y mitigados.

Tercero, marco legal y administrativo del proyecto. Señalar qué entidad lidera formalmente el proyecto, qué entidades participan en su ejecución, supervisión y control y bajo qué figura contractual o administrativa se desarrolla. Así mismo, indicar cuáles son los soportes jurídicos que autorizan la

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 25 de 28

FOLIO 25

disposición y su uso de armas blancas incautadas por fines artísticos.

Cuarto, manejo y trazabilidad de los materiales. Informar cuál es el protocolo definido para la entrega, transformación, custodia y trazabilidad de las armas blancas incautadas utilizadas en el proyecto, teniendo en cuenta su naturaleza como bienes en poder de la fuerza pública.

Quinto, enfoque conceptual, artístico y social del proyecto. Explicar cuál es el marco conceptual y curatorial que sustenta la obra. Indicar si se contempla la participación de comunidades especialmente víctimas, así como la incorporación de componentes pedagógicos asociados a la resignificación simbólica de estos elementos.

Sexto, articulación institucional, precisar si existe coordinación formal entre los diferentes dependencias involucradas, cultura, seguridad, patrimonio, entre otras. Y de qué manera se garantiza la coherencia del proyecto en las políticas públicas culturales vigentes del municipio.

Séptimo, presupuesto y fuente de financiación. Informar el valor total asignado al proyecto discriminado, los costos asociados a su diseño, elaboración, fundición, montaje e instalación. Así mismo, indicar la fuente de financiación, el rubro presupuestal del cual se deriva el recurso y la entidad responsable de su asignación. Finalmente, señalar el procedimiento mediante el cual se realizó dicha asignación, teniendo en cuenta que históricamente este tipo de iniciativas se han desarrollado mediante convocatorias públicas en el municipio.

Octavo, espacios de socialización y participación. Indicar si se han previsto espacios de socialización del proyecto con el sector artístico y ciudadanía, así como mecanismos de participación que permitan fortalecer la legitimidad y apropiación de esta

Justificación, el arte en el espacio público, especialmente cuando involucra elementos con alta carga simbólica, asociada a la violencia, así como no solo sensibilidad estética, sino también solidez étnica, jurídica e institucional. En este caso, resulta necesario que la Administración Municipal brinde claridad sobre los aspectos contractuales, legales, presupuestales y conceptuales del proyecto con el fin de garantizar los principios de transparencia, participación y responsabilidad pública cultural. Asimismo, este ejercicio de control político busca contribuir al fortalecimiento de la confianza entre la institucionalidad, el sector artístico y

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 26 de 28

FOLIO 26

la ciudadanía, promoviendo procesos culturales incluyentes, participativos y respetuosos de la memoria y las víctimas. Firma, Honorable concejal Daniela Torres Zarate.

Señor presidente, ha sido leída la primera proposición.

PRESIDENTE: En consideración, la...

SECRETARIA AD HOC: Ha sido aprobada la proposición.

PRESIDENTE: Continuemos, señora Secretaria.

SECRETARIA AD HOC: Segunda proposición. Proposición con decoración orden municipal al mérito femenino de conformidad con lo establecido en el Acuerdo 031 de 2018, Reglamento Interno del Concejo de Bucaramanga, en especial lo estipulado en el artículo 271, me permito someter a consideración de la plenaria la presente proposición, mediante la cual se condecure con la orden municipal al mérito femenino Manuela Beltrán, a la doctora Damaris Centeno, odontóloga y cirujana maxilofacial de la Universidad Santo Tomás, especialista en rehabilitación oral y tecnóloga dental. Cuenta con la formación en Valplast de Nueva York, en tecnología de prótesis flexibles de nylon, siendo además representante de Colombia de esta línea. Desde sus inicios se destacó por su liderazgo siendo representante de los egresados del programa de odontología y condecorada por su reconocimiento como profesional en el exterior, tras culminar su formación.

Durante más de 12 años se desempeñó como gerente territorial de la Confederación de Servicios Públicos Domiciliarios, donde consolidó una profunda vocación de servicio y compromiso social. Empresaria con más de 27 años de trayectoria en la industria de la moda, es directora de Santander de Fashion Week desde hace más de una década. Plataforma consolidada como una de las principales vitrinas empresariales del ecosistema moda en Colombia.

Se destaca como relacionista pública, P.R. y estratega comercial. Experta en la gestión de alianzas y en la articulación institucional a nivel nacional, generando sinergias con entidades gubernamentales y actores clave para el fortalecimiento entre el empresarial y el desarrollo regional. A través de Santander Fashion Week ha impulsado la internacionalización del talento local, proyectando marcas de Bucaramanga, nacionales y dinámicas de negocio con ciudades como París, Madrid, Panamá, República Dominicana y México.

Así, la apertura de nuevas oportunidades con mercados emergentes como India, posicionando el talento santandereano

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 27 de 28

FOLIO 27

en circuitos globales de alto nivel. Su liderazgo ha permitido integrar el ecosistema moda con sectores estratégicos como el turismo, la hotelería y la gastronomía, consolidando el Bucaramanga como un referente del turismo de moda en Colombia. Asimismo, su gestión ha contribuido a la reactivación económica, la dinamización del tejido empresarial y la regeneración de oportunidades reales de empleo, impactando de manera directa el desarrollo económico y social de la región.

Gestora social con más de 19 años de experiencia en proyectos anteistas en Santander, enfocados en preevaluaciones vulnerables, promoviendo inclusión, desarrollo y oportunidades mediante iniciativas con sello social y sello verde, alineadas a los objetivos de desarrollo sostenible de la agenda 2030, lo que evidencia un liderazgo integral con enfoque humano, sostenible y transformador. Ha sido distinguida por el Congreso de la República de Colombia en los años 2024 y 2025, es galardonada en el Premio Diana Turbay como empresaria reconocida con el máximo galardón como directora de la Plataforma Editorial de Vitrina Socioambiental enfocada en la manufactura del agro, desde donde lidera procesos de transformación hacia la innovación mediante un laboratorio de textiles ecológicos sostenibles con proyección y exportación a mercados europeos. Madre de dos hijos, es un referente de disciplina, visión y educación de servicio encarnado por los valores que exalta el orden municipal al mérito femenino, liderazgo, resiliencia, impacto social y contribución significativa en el desarrollo de la ciudad y la región.

En mérito de lo expuesto, se propone conferir esta condecoración como reconocimiento a su trayectoria, a su aporte al fortalecimiento del empresariado local, a su compromiso con el desarrollo sostenible y a su papel como mujer líder que inspira y abre camino a nuevas generaciones. Firma honorable concejal Daniela Torres Zárate.

Señor presidente, ha sido leída la segunda proposición.

PRESIDENTE: En consideración la proposición, honorables concejales.

SECRETARIA AD HOC: Ha sido aprobada la proposición.

PRESIDENTE: Señora secretaria, continuemos.

SECRETARIA AD HOC: Estamos en el punto asuntos varios, señor presidente.

PRESIDENTE: No veo intervenciones, señora secretaria.

 CONCEJO DE BUCARAMANGA	CONCEJO MUNICIPAL DE BUCARAMANGA				
	ACTA CORPORATIVA DE SESIONES				
	Versión: 02	Fecha: JULIO 20 DE 2020	Código: CPOL-FT- 01	Serie:	Página 28 de 28

FOLIO 28

SECRETARIA AD HOC: Siendo así, el orden del día se ha agotado siendo las 7 y 24 de la mañana.

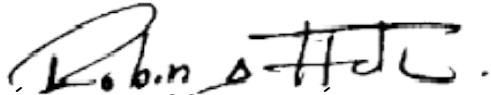
PRESIDENTE: Gracias, señora Secretaria.

Las anteriores intervenciones se encuentran grabadas en archivo de voz computarizado a la fecha.

Para constancia se firma para su aprobación en plenaria.

Y así mismo las firmas del Presidente de la corporación y la firma del secretario general.

el presidente:


ROBIN ANDERSON HERNANDEZ REYES

El secretario general:


WILMAR ALFONSO PALACIO VERANO

TRASCRITO POR: CÉSAR PEÑALOZA
 REVISÓ: ANGELA YADIRA VALBUENA GARCIA SEC- COMISION SEGUNDA