

INFORME DE EMPALME

Sector Culturas

OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES



Culturas



OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES

1 OBJETIVO DE LA DEPENDENCIA

La Oficina Asesora de Comunicaciones tiene como propósito orientar, coordinar e implementar la estrategia de comunicación pública del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, con el fin de garantizar una divulgación oportuna, transparente, accesible y estratégica de las políticas, programas, proyectos y acciones institucionales.

Para ello, lidera la planificación y ejecución de campañas de comunicación, administra los canales institucionales, coordina la relación con los medios de comunicación, produce contenidos periodísticos y editoriales, fortalece la comunicación interna y desarrolla estrategias digitales, audiovisuales y territoriales que promueven el acceso de la ciudadanía a la información pública.

Así mismo, la Oficina contribuye al posicionamiento institucional del Ministerio, fortalece la apropiación social de las políticas culturales y promueve una comunicación pública basada en los principios de transparencia, participación ciudadana, diversidad cultural y garantía de los derechos culturales, articulando las acciones de comunicación con los objetivos estratégicos de la entidad.

2 NORMATIVIDAD DE LA DEPENDENCIA

La gestión de la Oficina Asesora de Comunicaciones del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes durante el periodo 2022–2026 se desarrolló en el marco de las disposiciones constitucionales, legales y reglamentarias que regulan la comunicación pública, la transparencia, el acceso a la información, la divulgación de la gestión institucional y el ejercicio de la política cultural del Estado.

En desarrollo de la **Ley 397 de 1997 (Ley General de Cultura)**, modificada, entre otras, por las Leyes **1185 de 2008** y **2319 de 2023**, el Ministerio ejerce la rectoría de la política cultural nacional, función que exige una estrategia permanente de comunicación pública para garantizar el acceso de la ciudadanía a la información, la divulgación de las políticas, programas, proyectos y resultados institucionales, así como la promoción de los derechos culturales.

Así mismo, la **Ley 1712 de 2014**, por la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional, y la **Ley 1437 de 2011**, Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo (CPACA), establecen los principios de publicidad, transparencia, acceso a la información, participación ciudadana y eficacia administrativa, que orientan la gestión comunicativa de las entidades públicas y constituyen el marco para garantizar una comunicación institucional clara, oportuna y accesible.

Con la expedición del **Decreto 1590 de 2024**, que modificó la estructura del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, se fortaleció el papel de la Oficina Asesora de Comunicaciones como dependencia responsable de orientar la estrategia de comunicación institucional, coordinar el relacionamiento con los medios de comunicación, administrar los canales oficiales, liderar la gestión editorial y apoyar la divulgación de las políticas, programas, proyectos y acciones del Ministerio.

En desarrollo de esta nueva estructura organizacional, mediante la **Resolución DM No. 0054 del 3 de febrero de 2025** se crearon y organizaron los Grupos Internos de Trabajo de la Oficina Asesora de Comunicaciones, conformándose inicialmente los grupos de **Divulgación y Prensa, Gaceta y MiCASa**. Posteriormente, la **Resolución DM No. 0745 del 26 de diciembre de 2025** reorganizó la dependencia mediante la creación del **Grupo Interno de Trabajo Editorial**, resultado de la integración de los grupos Gaceta y MiCASa, con el propósito de fortalecer la gobernanza editorial, optimizar los procesos de producción, revisión, publicación y circulación de contenidos institucionales y consolidar una gestión editorial articulada y eficiente. Esta reorganización permitió, además, consolidar un modelo de gestión sustentado en un **Plan Editorial Institucional**, un **Comité Editorial** y un repositorio institucional de publicaciones, fortaleciendo la planeación, la trazabilidad y la calidad de la producción editorial del Ministerio.

En este marco normativo, la Oficina Asesora de Comunicaciones orientó su gestión al fortalecimiento de la comunicación pública, la divulgación institucional, la producción audiovisual, la comunicación digital, la gestión editorial, la comunicación interna y el relacionamiento con los medios de comunicación, contribuyendo al posicionamiento institucional del Ministerio, al fortalecimiento de la participación ciudadana y a la apropiación social de las políticas culturales.

Norma	Aplicación dentro del cuatrienio
Constitución Política de Colombia (1991)	Establece los principios de publicidad de la función administrativa, acceso a la información pública, participación ciudadana, libertad de expresión y protección de la diversidad cultural, que orientan la comunicación pública de las entidades del Estado.
Ley 397 de 1997 , modificada, entre otras,	Ley General de Cultura. Define las competencias del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes como rector de la política

por las Leyes 1185 de 2008 y 2319 de 2023	cultural del Estado y el marco para la garantía de los derechos culturales.
Ley 1437 de 2011	Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo (CPACA). Establece los principios de publicidad, transparencia, eficacia, participación y acceso a la información que orientan la actuación administrativa y la relación de las entidades públicas con la ciudadanía.
Ley 1712 de 2014	Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional. Establece el deber de las entidades públicas de garantizar la publicidad de su gestión, facilitar el acceso a la información pública y promover una comunicación clara, oportuna, accesible y transparente.
Ley 2345 de 2023	Adopta el Manual de Identidad Visual del Estado Colombiano y establece medidas para la racionalización de la publicidad estatal, orientando la identidad gráfica y la comunicación institucional de las entidades públicas.
Decreto 1590 de 2024	Modifica la estructura del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes y define las funciones de la Oficina Asesora de Comunicaciones, fortaleciendo su papel en la comunicación pública, la gestión editorial y el posicionamiento institucional.
Resolución DM No. 0054 del 3 de febrero de 2025, modificada por la Resolución DM No. 0745 del 26 de diciembre de 2025	Crea y organiza los Grupos Internos de Trabajo de la Oficina Asesora de Comunicaciones y posteriormente consolida el Grupo Interno de Trabajo Editorial, fortaleciendo la gobernanza editorial y la articulación de los procesos de divulgación, producción y circulación de contenidos institucionales.
Resolución DM No. 0114 de 2025	Modifica e incorpora fichas al Manual Específico de Funciones y Competencias Laborales de la planta de personal del Ministerio, definiendo las funciones de los empleos adscritos a la Oficina Asesora de Comunicaciones.

3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

El talento humano de la Oficina Asesora de Comunicaciones constituye la principal capacidad institucional para planear, coordinar y ejecutar la estrategia de comunicación pública del Ministerio. Su estructura integra servidores públicos y contratistas especializados en

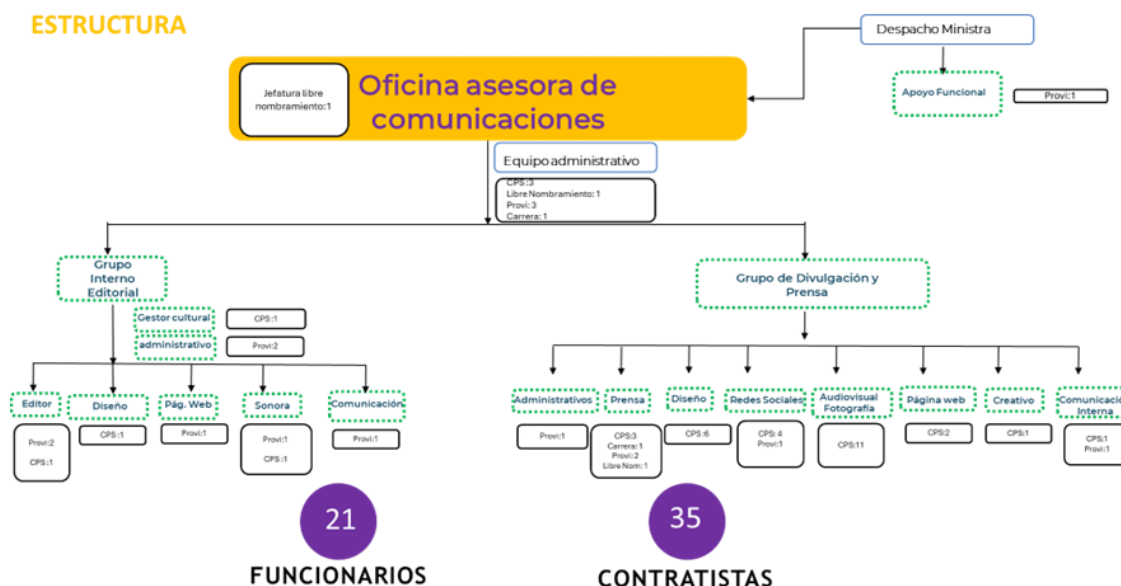
comunicación estratégica, prensa, gestión editorial, comunicación digital, administración web, producción audiovisual, diseño gráfico, comunicación interna y gestión administrativa.

Durante el período 2022–2026, la Oficina fortaleció su capacidad técnica y operativa mediante el proceso de modernización institucional formalizado por el Decreto 1590 de 2024 y desarrollado a través de las Resoluciones DM 0054 y 0745 de 2025. Esta reorganización dio origen a una estructura especializada, conformada por los Grupos Internos de Trabajo de Divulgación y Prensa y Editorial, complementados por un equipo de apoyo administrativo y técnico.

Este proceso estuvo acompañado por el fortalecimiento del talento humano. La Oficina pasó de contar con **4 servidores públicos y 14 contratistas en 2023** a un equipo de **56 integrantes al cierre del período**, conformado por **21 servidores públicos y 35 contratistas especializados**, ampliando su capacidad para atender las necesidades de comunicación institucional, producción editorial, comunicación digital, desarrollo web, producción audiovisual, diseño gráfico y relacionamiento con medios.

La actualización de la estructura organizacional y del Manual Específico de Funciones y Competencias Laborales consolidó un modelo de gestión basado en la especialización técnica, la articulación entre equipos y la estandarización de procesos, fortaleciendo la capacidad institucional para responder a las prioridades estratégicas del Ministerio.

ESTRUCTURA



CPS	Contrato de prestación de servicios
PROV	Provisional
Libre Nombramiento	Libre Nombramiento
Carrera	Carrera Administrativa

Concepto	2023	2026
FUNCIONARIOS	4	21
CONTRATISTAS	14	35
TOTAL PERSONAS VINCULADAS	18	56

GRUPOS INTERNOS DE TRABAJO	0	Se crean 2 en 2024 y entran en funcionamiento en 2025
----------------------------	---	---

3.1. Grupos internos de trabajo y equipo administrativo

La Oficina Asesora de Comunicaciones desarrolla sus funciones mediante una estructura especializada integrada por dos Grupos Internos de Trabajo y un equipo de gestión administrativa que, de manera articulada, garantizan la planeación, ejecución y seguimiento de la estrategia de comunicación pública del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes.

El Grupo Interno de Trabajo de Divulgación y Prensa lidera la estrategia de comunicación pública del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes y brinda acompañamiento transversal al Despacho Ministerial, los viceministerios, las direcciones misionales, las oficinas asesoras y las entidades adscritas. Su gestión está orientada a garantizar la divulgación oportuna, clara y estratégica de las políticas, programas, proyectos y resultados institucionales.

Para responder a la creciente demanda de comunicación, el Grupo consolidó una estructura especializada conformada por los equipos de periodistas, comunicación digital, web, producción audiovisual y diseño gráfico, articulados bajo una coordinación estratégica común. Este modelo fortaleció la coherencia narrativa, la capacidad técnica y la respuesta simultánea frente a la agenda institucional.

El **equipo de periodistas** se organizó por sectores y dependencias, con profesionales responsables del acompañamiento permanente a los viceministerios, direcciones y proyectos estratégicos. De manera complementaria, se fortaleció la comunicación interna mediante una línea especializada encargada de mejorar la circulación de información, la articulación entre áreas y el sentido de pertenencia institucional.

El **equipo digital** lideró la estrategia de contenidos para las redes sociales institucionales, la gestión de comunidades, el monitoreo de plataformas, el análisis de métricas y el desarrollo de campañas orientadas a ampliar el alcance de la comunicación pública y fortalecer la interacción con la ciudadanía.

El **equipo web**, integrado por dos profesionales y adscrito al Grupo Interno de Trabajo de Divulgación y Prensa, consolidó una capacidad especializada para la administración técnica y funcional del ecosistema digital del Ministerio. Durante el periodo tuvo a su cargo la gestión de **18 sitios web institucionales**, garantizando su disponibilidad, actualización, mantenimiento

evolutivo, soporte técnico e implementación de mejoras, en coordinación permanente con las dependencias misionales y de apoyo.

Su gestión comprendió el diseño, desarrollo, administración y actualización del portal institucional, micrositios, sitios especiales y portales temáticos destinados a divulgar políticas, programas, campañas e iniciativas estratégicas. Entre los principales espacios digitales administrados se encuentran:

- Artes para la Paz.
- Santa Marta, 500 años.
- Reencuentro en el Corazón del Mundo.
- Fortalecimiento de la Ley General de Cultura.
- Galeón San José.
- Hospital Universitario San Juan de Dios y Materno Infantil.
- Plan Nacional de Cultura 2024–2038.
- Creamos Cultura de Paz.
- Palacio, 40 años.
- Premios Nacionales de Cultura.
- Colectiva de Género.
- COP16 Colombia.
- Trayectorias.
- Sonidos para la Construcción de Paz.
- 70 años de la televisión en Colombia.

A estos se suman otros desarrollos realizados de acuerdo con las necesidades de las dependencias. Esta gestión permitió fortalecer la presencia institucional en internet, ampliar el acceso ciudadano a información especializada y garantizar que noticias, convocatorias, documentos, publicaciones y recursos de interés público se encontraran disponibles de manera oportuna y organizada.

El **equipo audiovisual** asumió el cubrimiento fotográfico y audiovisual de la agenda institucional y la producción de videos, documentales, pódcast y contenidos para plataformas digitales. A partir de 2025 incorporó perfiles especializados en creación de contenido digital y organizó su operación mediante un sistema de tráfico para programar cubrimientos, asignar recursos y gestionar procesos de edición. Esta estructura optimizó los tiempos de respuesta y permitió atender de manera simultánea las solicitudes del Despacho y las diferentes dependencias.

Asimismo, el equipo fortaleció la gestión y preservación del archivo audiovisual institucional mediante repositorios digitales y un proceso de salvaguarda del acervo histórico, desarrollado en articulación con Patrimonio Fílmico Colombiano, a través del contrato supervisado por la Dirección de Audiovisuales, Cine y Medios Interactivos. Con ello quedó instalada una capacidad

permanente para la conservación, consulta y reutilización del patrimonio audiovisual del Ministerio.

El **equipo gráfico** operó bajo un modelo de especialización que integró capacidades en dirección de arte, diseño editorial, ilustración, UX/UI, pre prensa, identidad visual, animación y soporte gráfico. Esta estructura permitió atender la alta demanda institucional, desarrollar campañas integrales, fortalecer la identidad visual del Ministerio y reducir los tiempos de respuesta y los reprocesos técnicos.

En conjunto, este modelo organizacional consolidó capacidades permanentes para la planeación estratégica, la producción de contenidos multiplataforma, la administración del ecosistema web, la gestión de los canales institucionales, la coordinación de campañas y el posicionamiento de las políticas públicas del Ministerio. De esta manera, la comunicación pública se fortaleció como una capacidad institucional al servicio de la transparencia, el acceso a la información y la garantía de los derechos culturales.

3.1.2. Grupo Interno de Trabajo Editorial

Como parte del proceso de fortalecimiento institucional de la Oficina Asesora de Comunicaciones, mediante la Resolución 0745 del 26 de diciembre de 2025, que modificó la Resolución 0054 del 3 de febrero de 2025, se creó el Grupo Interno de Trabajo Editorial con el propósito de consolidar una capacidad especializada para planificar, coordinar y ejecutar la política editorial institucional del Ministerio.

La creación del Grupo permitió institucionalizar el proceso editorial mediante una estructura especializada responsable de la producción, edición, revisión, publicación, preservación y circulación de contenidos impresos y digitales, incorporando criterios técnicos de calidad editorial, accesibilidad, derechos de autor, memoria institucional y acceso público al conocimiento.

Como parte de este fortalecimiento se creó el Comité Editorial, instancia permanente de carácter técnico y estratégico encargada de evaluar, priorizar y orientar las publicaciones institucionales, fortaleciendo la gobernanza editorial y la transparencia en la toma de decisiones.

COMITÉ EDITORIAL

Integrantes con voz y voto

- Ministra(o) o su delegado(a) (Preside)
- Viceministra(o) de las Artes, la Economía Cultural y Creativa
- Viceministra(o) de los Patrimonios, las Memorias y la Gobernanza Cultural
- Jefe(a) de la Oficina Asesora de Comunicaciones
- Coordinador(a) del Grupo Editorial

Invitados permanentes (voz, sin voto)

- Asesor(a) Artístico del Centro Nacional de las Artes
- Asesor(a) del Grupo Editorial
- Asesor(a) de la Oficina Asesora de Comunicaciones

Asimismo, se estructuró un proceso editorial integral que acompaña las publicaciones desde la formulación de las propuestas hasta su edición, impresión, distribución y circulación, dejando capacidades permanentes para la producción editorial pública del Ministerio.

3.1.3. Equipo de Gestión Administrativa

El Equipo de Gestión Administrativa proporciona el soporte técnico, administrativo y operativo necesario para garantizar el funcionamiento continuo de la Oficina Asesora de Comunicaciones y la adecuada ejecución de la estrategia institucional de comunicaciones.

Su gestión articula los procesos administrativos, documentales, presupuestales y logísticos que respaldan el funcionamiento de los Grupos Internos de Trabajo de Divulgación y Prensa y Editorial, asegurando el cumplimiento de las obligaciones legales, la coordinación con las demás dependencias de la entidad y la continuidad de la operación institucional.

Durante el periodo objeto de este informe, el equipo fortaleció los mecanismos de control administrativo, gestión documental y apoyo logístico, consolidando procedimientos que contribuyen a la trazabilidad de los procesos, la adecuada administración de los recursos y el mejoramiento continuo de la gestión institucional.

Procesos permanentes: Como parte de sus responsabilidades, el Equipo de Gestión Administrativa desarrolla de manera permanente los siguientes procesos:

- **Gestión de inventarios**, mediante la administración y control de los bienes asignados a la Oficina, garantizando su adecuada conservación, trazabilidad y actualización.
- **Gestión documental**, a través de la administración de la plataforma AZ Digital, la aplicación de las Tablas de Retención Documental (TRD), la elaboración del Formato Único de Inventario Documental (FUID) y las transferencias documentales al Archivo Central.
- **Gestión de comisiones y desplazamientos**, coordinando los aspectos administrativos y logísticos asociados al cubrimiento de las actividades institucionales desarrolladas en el territorio.

- **Gestión de Peticiones, Quejas, Reclamos, Sugerencias y Denuncias (PQRSD)**, garantizando la recepción, seguimiento, coordinación y respuesta de las solicitudes ciudadanas dentro de los términos establecidos por la normatividad vigente.

Estos procesos constituyen capacidades permanentes de la Oficina, asegurando la trazabilidad administrativa, el adecuado manejo de los recursos físicos y documentales, el cumplimiento de las obligaciones legales y el soporte operativo requerido para el desarrollo de las actividades de comunicación pública del Ministerio.

3.4 Articulación institucional

La Oficina Asesora de Comunicaciones ejerce una función transversal dentro del Ministerio al diseñar, coordinar y ejecutar la estrategia integral de comunicaciones que acompaña la gestión institucional. Su labor articula al Despacho Ministerial, los Viceministerios, las Direcciones Técnicas, las Oficinas Asesoras, las dependencias administrativas y las entidades adscritas, transformando las necesidades de comunicación de cada área en estrategias, campañas y acciones de divulgación alineadas con las prioridades institucionales.

4 PROYECTOS ESTRATÉGICOS Y LOGROS

Durante el período 2022–2026, la Oficina Asesora de Comunicaciones consolidó un modelo integral de comunicación pública para posicionar las políticas, programas y proyectos del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes. Este modelo articuló prensa, comunicación digital, gestión web, producción audiovisual, diseño gráfico, comunicación interna y gestión editorial, ampliando la capacidad institucional para informar, generar conversación pública y acercar la oferta cultural a la ciudadanía.

La gestión permitió fortalecer la presencia del Ministerio en medios de comunicación y plataformas digitales, desarrollar campañas de alcance nacional y territorial, consolidar proyectos editoriales públicos y acompañar comunicacionalmente los principales programas, convocatorias y escenarios estratégicos de la entidad. Al mismo tiempo, dejó instalados equipos especializados, procedimientos, herramientas de planeación y mecanismos de seguimiento que fortalecen la continuidad de la comunicación institucional.

4.1 Consolidación de la política editorial pública del Ministerio

Uno de los principales legados de la Oficina Asesora de Comunicaciones durante el período 2022–2026 fue la consolidación de una política editorial pública que fortaleció la capacidad del Ministerio para producir, preservar, publicar y difundir el conocimiento generado por la entidad.

Este proceso permitió superar un modelo basado en publicaciones aisladas para establecer un sistema editorial con criterios técnicos, mecanismos de gobernanza y estrategias de circulación que garantizan la continuidad de la producción editorial institucional.

La política editorial se estructuró sobre cuatro componentes complementarios: el **Sello Editorial MiCAsa**, como plataforma para la producción de publicaciones institucionales; **GACETA**, como medio público de periodismo cultural; el **Comité Editorial**, como instancia técnica para la evaluación y priorización de proyectos editoriales; y el **Plan Editorial**, como instrumento de planeación para orientar la producción y circulación del conocimiento generado por el Ministerio.

4.1.1 Sello Editorial MiCAsa

El Sello Editorial MiCAsa fortaleció la capacidad del Ministerio para producir, preservar y poner en circulación contenidos que documentan las políticas públicas, las investigaciones, las memorias, los saberes y las expresiones culturales del país. Su creación permitió organizar la gestión editorial bajo criterios técnicos comunes, elevar los estándares de calidad y ampliar el acceso ciudadano al conocimiento generado por la entidad.

El catálogo se estructuró en cinco líneas editoriales —**Patrimonio, Saberes, Memoria, Política Cultural y Pensamiento**— y articuló el trabajo de trece dependencias y entidades adscritas. Como resultado, se consolidó una oferta superior a setenta títulos en formatos impreso y digital, con mecanismos permanentes de distribución en bibliotecas públicas, ferias del libro y plataformas digitales.

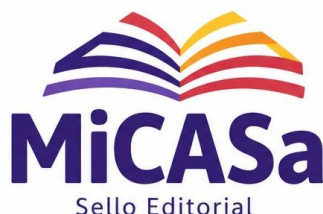
MiCAsa consolidó una capacidad editorial permanente para el Ministerio, transformando la producción bibliográfica en una política pública sustentada en criterios técnicos, procesos estandarizados y estrategias de circulación. Con ello, la entidad fortaleció la preservación de su memoria institucional y garantizó que el conocimiento producido con recursos públicos permaneciera disponible como un bien público al servicio de la ciudadanía.

Sello Editorial MiCASA

Las culturas, las artes y los saberes de Colombia en circulación

¿Qué es?

El Sello Editorial MiCASA es la plataforma de publicaciones del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, creada para producir, preservar y difundir el conocimiento generado por la entidad, fortaleciendo la memoria, la diversidad cultural y el acceso público a la información.



Principales cifras (2025)



+70
publicaciones
en el catálogo



13
dependencias
y entidades
articuladas



Formatos
impreso y
digital



Distribución en
bibliotecas, ferias
del libro y canales
digitales

Líneas editoriales

El catálogo de MiCASA se organiza en cinco líneas editoriales:



Patrimonio

Publicaciones
sobre patrimonio
cultural, memoria
y bienes culturales.



Saberes

Conocimientos
y prácticas de los
territorios y sus
comunidades.



Memoria

Relatos, historias
y procesos que
construyen la
diversidad cultural
del país.



Política Cultural

Documentos
técnicos, planes
y estrategias de
las políticas
públicas.



Pensamiento

Reflexiones,
investigaciones y
debates sobre las
culturas, las artes
y los saberes.

MiCASA: una política editorial pública

Conocimiento que circula, culturas que viven.



Impacto



Fortalece la memoria
y el patrimonio bibliográfico
del país.



Democratiza el acceso
al conocimiento y la
información cultural.



Articula la producción
editorial del Ministerio
y sus entidades adscritas.



Consolida una capacidad
institucional permanente
para la edición, publicación
y circulación pública
del conocimiento.

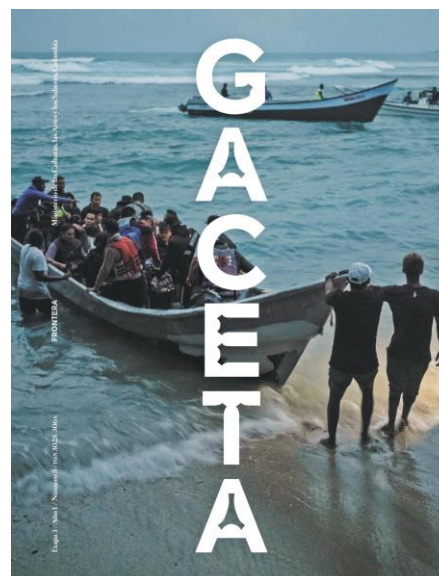
4.1.2 GACETA

GACETA se consolidó como el medio público de periodismo cultural del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes, orientado a promover la reflexión crítica sobre las culturas, las artes, los patrimonios y los saberes mediante contenidos impresos, digitales y sonoros. Su renovación fortaleció la capacidad institucional para producir periodismo cultural de alta calidad y ampliar el acceso ciudadano al debate cultural desde una perspectiva pública.

Durante el período 2022–2026 se publicaron **once ediciones impresas** y más de **400 contenidos digitales**. La revista llegó a **1.087 bibliotecas públicas**, fortaleció su presencia en las principales ferias del libro del país y amplió su alcance mediante una estrategia editorial multiplataforma. Su calidad editorial fue reconocida con tres **Premios Nacionales de Periodismo Simón Bolívar 2025**, obtenidos por Juan Arredondo (Crónica), Santiago Cembrano (Crítica) y Hugo Chaparro Valderrama (Entrevista en Texto), consolidándola como uno de los proyectos de periodismo cultural más relevantes del país y demostrando que una publicación pública puede alcanzar los más altos estándares de excelencia editorial y periodística.

GACETA dejó instalada una plataforma pública de periodismo cultural que integra producción impresa, digital y sonora, fortaleciendo la circulación del pensamiento, la creación y la memoria cultural desde el Estado. Su continuidad representa un activo estratégico para ampliar el acceso ciudadano al conocimiento y consolidar un espacio público para el debate democrático sobre las culturas, las artes y los saberes.

Los trabajos de Juan Arredondo, Santiago Cembrano y Hugo Chaparro Valderrama, publicados en **GACETA Frontera** y galardonados con el Premio Nacional de Periodismo Simón Bolívar 2025 en las categorías de Crónica, Crítica y Entrevista en Texto, ratifican la consolidación de una política editorial pública comprometida con la excelencia periodística, la reflexión cultural y el acceso ciudadano al conocimiento.



Cuadro 1. Estado de ejecución del contrato con la Imprenta Nacional de Colombia (2026)

Concepto	Estado
Valor total comprometido	\$599.445.309*
Ejecución del contrato	84 %
Publicaciones con impresión aprobada	13

***Observación:** Este rubro corresponde al recurso comprometido a la fecha, el valor total del contrato con Imprenta Nacional es \$710.000.000.

Con el nivel actual de ejecución, el saldo del contrato se proyecta para atender las publicaciones ya aprobadas por el Comité Editorial. La aprobación de nuevas publicaciones durante la vigencia podría requerir una adición presupuestal al contrato de impresión.

4.2 Posicionamiento de las políticas públicas y la gestión institucional

Durante el período 2022–2026, la Oficina Asesora de Comunicaciones fortaleció la capacidad del Ministerio de las Culturas, las Artes y los Saberes para posicionar las políticas públicas del sector y comunicar de manera estratégica su gestión institucional. Para ello consolidó un modelo integral de comunicación pública que articuló campañas, relacionamiento con medios, comunicación digital, producción editorial y audiovisual, y generación permanente de contenidos para distintos públicos.

Este modelo permitió acompañar la implementación de las principales políticas y programas del Ministerio, fortaleciendo la transparencia, la apropiación ciudadana y la presencia de la agenda

cultural en la conversación pública. Sus resultados se reflejan en el crecimiento sostenido de las audiencias digitales, el fortalecimiento del relacionamiento con medios de comunicación y la generación de un importante retorno en *free press*, consolidando una capacidad institucional permanente para posicionar las políticas públicas del sector y fortalecer el reconocimiento del Ministerio como autoridad cultural del país.

Resultados del posicionamiento institucional (2022–2026)

Indicador	Resultado
Audiencia digital consolidada	1,45 millones de seguidores
Alcance de contenidos	Más de 280 millones
Reproducciones de video	102,3 millones
Interacciones	3,3 millones
Videos producidos	1.324
Cubrimientos audiovisuales	1.417
Diseños producidos	3.300+
Macroeventos cubiertos	30+
Comunicación interna “Conéctate con la cultura”	574
Sitios web institucionales administrados	18
Micrositios y portales temáticos administrados	15
Free Press: Número de publicaciones:	66.891
Valoración económica de notas positivas:	\$1.75.339.925.602

Durante el cuatrienio se desarrollaron estrategias integrales para acompañar programas estructurales como **Artes para la Paz**, **Circuitos Vivos**, **Sistema Nacional de Convocatorias (SINAC)**, **Bono de Lectura**, **Cultura es Dignidad Mayor**, **Pensionarte Cultura**, las políticas de patrimonio, la agenda de cooperación internacional, las convocatorias nacionales y los procesos de participación ciudadana.

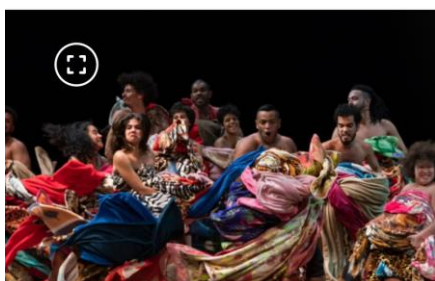
La Oficina Asesora de Comunicaciones también acompañó los principales escenarios nacionales e internacionales del Ministerio. Entre los principales hitos se destacan la Agenda Cultural de la **Cumbre CELAC–Unión Europea**, el **Festival Internacional de las Artes Vivas (FIAV)**, la **FILBo** y el **Congreso Iberoamericano de Formación Artística y Cultural**

4.2.1. Festival Internacional de las Artes Vivas (FIAV) 2026

Para el Festival Internacional de las Artes Vivas se diseñó una estrategia 360 de comunicación orientada a posicionar el evento como una apuesta por la democratización del acceso a las artes y la descentralización de la circulación cultural. La estrategia integró identidad narrativa, relacionamiento con medios nacionales y regionales, columnas de opinión, gestión de

Estas son las obras internacionales imperdibles del FIAV Bogotá 2026: son 27 espectáculos de los cinco continentes

Teatro, danza, performance, circo, títeres y teatro gestual formarán parte del encuentro, que será del 27 de marzo al 5 de abril en la capital.



Oficina Asesora de Comunicaciones lideró el posicionamiento de la presencia del sector Cultura del Gobierno Nacional en la Feria Internacional del Libro de Bogotá (FILBo) 2026, bajo el concepto **Colombia, casa común**, una narrativa concebida para visibilizar las políticas públicas del Ministerio en torno al reconocimiento de la diversidad cultural y el ejercicio de los derechos culturales. La propuesta presentó a Colombia como un país construido desde el diálogo entre pueblos, comunidades y saberes, reflejando la diversidad como fundamento de la identidad nacional.

La comunicación articuló el trabajo de la Biblioteca Nacional de Colombia, el Instituto Colombiano de Antropología e Historia (ICANH), el Instituto Caro y Cuervo, el Archivo General de la Nación y el Ministerio mediante una narrativa común, un plan de medios, gestión de vocerías, columnas de opinión, relacionamiento con medios nacionales, contenidos para plataformas digitales, producción audiovisual, cubrimiento periodístico y acciones con creadores de contenido. Este despliegue permitió fortalecer la visibilidad de la agenda del sector Cultura ante los más de **600.000 asistentes** a la feria y ampliar la circulación de sus contenidos, incluyendo la distribución gratuita de **20.583 ejemplares de la revista GACETA**, consolidando la FILBo como uno de los principales escenarios de divulgación de las políticas culturales del Gobierno Nacional.

entrevistas, producción audiovisual, contenidos digitales y articulación con las plataformas institucionales del Gobierno Nacional. El Festival de teatro de Bogotá regresó a la agenda noticiosa regional, nacional e internacional, con publicaciones en [El Clarín](#), [El Espectador](#), [Semana](#), [Diners](#), [Cambio](#), [El Pílon](#), [El Tiempo](#), [El Colombiano](#), [El Heraldo](#) y [La Patria](#), entre otros. El despliegue permitió alcanzar más de **7,3 millones de personas** en redes sociales de Minculturas, generar más de **85.000 interacciones** y fortalecer la convocatoria ciudadana a la programación gratuita desarrollada tanto en Bogotá como en otras ciudades del país, contribuyendo al posicionamiento del Festival como uno de los principales escenarios de circulación artística de Colombia.

4.2.2. FILBo 2026 – Colombia, casa común

La



4.2.3. Artes para la Paz: posicionamiento de una política pública con proyección internacional

Artes para la Paz consolidó una estrategia integral de comunicación que posicionó el arte y la cultura como herramientas para la construcción de paz, la transformación social y la garantía de derechos. La narrativa del programa puso en el centro las historias de vida, los procesos creativos y las experiencias desarrolladas en los territorios, visibilizando el impacto de la formación artística en niñas, niños, jóvenes y comunidades de todo el país.

Para acompañar este propósito se conformó un equipo dedicado exclusivamente a la divulgación del programa, responsable de la producción de contenidos editoriales y audiovisuales, la gestión de redes sociales, el cubrimiento periodístico y el desarrollo de una estrategia digital con enfoque territorial. Como resultado, se creó la cuenta oficial de **Instagram de Artes para la Paz**, que superó los **32.000 seguidores**, consolidándose como un canal especializado para difundir los avances, procesos y resultados de esta política pública.

El posicionamiento alcanzado trascendió el ámbito nacional. La experiencia de **Artes para la Paz** fue el punto de partida para la realización del **Congreso Iberoamericano de Formación Artística y Cultural**, que reunió delegaciones ministeriales de **19 países**, organismos multilaterales y expertos internacionales, y dio origen a la **Red Iberoamericana de Educación Artística y Cultural (RedArtes)**, liderada por Colombia.



La Oficina desarrolló el concepto e identidad visual del Congreso y ejecutó una estrategia integral de comunicación que incluyó producción audiovisual, contenidos para plataformas digitales, transmisiones en directo, relacionamiento con medios nacionales e internacionales y el cubrimiento de las actividades realizadas en Bogotá y en las sedes regionales del encuentro. Este despliegue logró una amplia visibilidad en medios como [El Tiempo](#), [El Espectador](#), [La República](#), [El Colombiano](#), [ABC](#) (España), [El Español](#), [TVN-2](#) (Panamá), [Revista Perfiles](#), entre otros, fortaleciendo el posicionamiento internacional del Ministerio y proyectando a Colombia como referente en la formulación de políticas públicas de educación artística y cooperación cultural en Iberoamérica.

4.2.4. Agenda Cultural de la Cumbre CELAC–Unión Europea 2025



La Oficina Asesora de Comunicaciones diseñó e implementó la estrategia integral de comunicación para la Agenda Cultural de la Cumbre CELAC–Unión Europea, liderando el desarrollo de la identidad visual del evento, la narrativa institucional y el posicionamiento de la agenda artística y cultural desarrollada en Santa Marta como un componente central de la política exterior cultural de Colombia. La estrategia articuló producción de contenidos digitales, relacionamiento con medios nacionales y regionales, con publicaciones de impacto en medios como [EL PAÍS](#), [Deutsche Welle](#), [El Tiempo](#) y [HOY-Diario del Magdalena](#), entre otros, [transmisiones en vivo](#), alianzas institucionales y una intensa actividad en redes sociales, logrando más de **115 millones de impresiones**, **156.000 interacciones**, **588 publicaciones** y una amplia conversación digital alrededor del concepto **#CorazónDelMundo**. Este despliegue fortaleció el liderazgo de Colombia en la agenda cultural birregional y acercó la Cumbre a la ciudadanía mediante una programación artística gratuita en espacios públicos de Santa Marta.

4.3. Transformación de la comunicación digital

Durante el período 2022–2026, la Oficina Asesora de Comunicaciones consolidó una estrategia integral de comunicación digital orientada a fortalecer el relacionamiento entre el Ministerio y la ciudadanía, ampliar el alcance de las políticas públicas y posicionar la gestión institucional en los entornos digitales. La estrategia articuló contenidos informativos, pedagógicos e inspiradores, adaptados a las características y audiencias de cada plataforma, fortaleciendo la presencia institucional y diversificando los formatos de comunicación.

Como resultado, el Ministerio consolidó un ecosistema digital compuesto por sus cuentas oficiales y las de los viceministerios y dependencias, que en conjunto alcanzan una comunidad cercana a **1,45 millones de seguidores**. La articulación permanente entre estos canales fortaleció la coordinación de campañas, la difusión de contenidos especializados y el alcance de la oferta institucional en todo el país.

Desagregado gestión de redes sociales (2022–2026)

Indicador	2022 ago - dic	2023	2024	2025	2026 ene - jul	TOTAL
Alcance	9.339.708	24.013.631	40.094.380	101.052.596	78.746.275	253.246.590

Interacciones	381.333	1.108.169	1.876.401	3.658.581	3.335.667	10.360.151
Reproducciones	1.531.675	6.842.539	7.508.930	83.746.952	102.291.452	201.921.548
Publicaciones	2.058	7.474	12.165	4.630	2.139	28.466

En las acciones en **redes sociales**, entre agosto de 2022 y julio de 2026, la estrategia digital del Ministerio registró un crecimiento sostenido en todos sus indicadores de desempeño, alcanzando un acumulado de **253,2 millones de personas** en alcance, **201,9 millones de reproducciones** y **10,3 millones de interacciones**. En comparación con el inicio del periodo, el alcance aumentó **743 %**, mientras que las interacciones crecieron **775 %**, evidenciando una expansión significativa de la capacidad de difusión y del nivel de participación de las audiencias en los canales digitales institucionales.

UNIVERSO DIGITAL DEL MINISTERIO

Seguidores totales del ecosistema digital



El comportamiento más destacado corresponde a las reproducciones de contenido, que aumentaron **6.578 %** entre 2022 y 2026, pasando de **1,5 millones** a **102,3 millones**. Este crecimiento refleja la consolidación de los formatos audiovisuales como eje central de la estrategia de contenidos y una mayor capacidad para posicionar los mensajes institucionales entre públicos más amplios.

Este desempeño adquiere mayor relevancia al observar que el volumen de publicaciones se mantuvo prácticamente estable durante el periodo, con una variación de apenas **3,9 %** entre el inicio y el cierre del cuatrienio. En consecuencia, el incremento de los resultados no respondió a una mayor producción de contenidos, sino a una estrategia más eficiente en la planeación,

distribución y optimización de las publicaciones, logrando un impacto significativamente superior con un nivel de producción similar.

El crecimiento de la estrategia se reflejó en un aumento sostenido de sus principales indicadores. Entre 2022 y 2026 el alcance anual pasó de **9,3 millones** a **78,7 millones de personas** (enero-julio de 2026), las interacciones crecieron de **381.333** a **3,3 millones** y las reproducciones de contenido audiovisual superaron los **102 millones**, evidenciando la consolidación de los canales digitales como uno de los principales instrumentos para comunicar la gestión pública y acercar la cultura a nuevos públicos.

La estrategia también fortaleció la especialización de las plataformas digitales, consolidando **Instagram** como el principal canal para el posicionamiento institucional, **Facebook** como la red con mayor capacidad de alcance regional, **LinkedIn** como espacio para la agenda internacional y públicos profesionales, y **TikTok** como un canal de crecimiento para conectar con nuevas audiencias mediante formatos audiovisuales y narrativas más cercanas.

Como resultado, el Ministerio dejó instalada una capacidad permanente para gestionar su comunicación digital mediante una estrategia basada en analítica, segmentación de audiencias, producción multimedia y articulación del ecosistema digital del sector, fortaleciendo el acceso ciudadano a la información pública y el posicionamiento de las políticas culturales.

RESULTADOS DESTACADOS

Comunicación digital 2022–2026



4.4. Fortalecimiento de la comunicación interna

La Oficina Asesora de Comunicaciones consolidó la comunicación interna como una capacidad institucional para fortalecer la articulación entre dependencias, la circulación oportuna de información y la cultura organizacional. Durante el periodo 2022–2026 evolucionó de un esquema de divulgación hacia un modelo transversal de apoyo a la gestión, acompañado por una renovación de su identidad —de **MiCAsa** a **Conéctate con la Cultura**— y la integración de canales como correo institucional, Microsoft Teams, WhatsApp, carteleras físicas y fondos de pantalla institucionales.

Entre junio de 2023 y julio de 2026 se divulgaron **574 comunicaciones institucionales** (70 en 2023, 189 en 2024, 199 en 2025 y 116 en 2026, con corte a julio), que acompañaron campañas de cultura organizacional, bienestar, transparencia, transformación digital, ética pública, procesos administrativos y proyectos estratégicos del Ministerio.

Como resultado, quedó instalado un modelo permanente de comunicación organizacional que fortaleció la coordinación entre áreas, estandarizó el acompañamiento a campañas y proyectos institucionales y consolidó la comunicación interna como un soporte estratégico para la gestión del Ministerio.

4.5. Consolidación de capacidades creativas y de producción *in house*

La Oficina Asesora de Comunicaciones consolidó un modelo de producción creativa *in house*, conformado por equipos especializados en diseño gráfico, dirección de arte, ilustración, producción audiovisual, animación, UX/UI, diseño editorial, comunicación digital y producción para impresión. Esta estructura permitió atender de manera simultánea las necesidades del Despacho Ministerial, los viceministerios, las direcciones misionales, las entidades adscritas y los principales eventos estratégicos del sector, fortaleciendo la capacidad institucional para producir contenidos y campañas sin depender de la contratación permanente de proveedores externos.

La especialización del equipo permitió consolidar un modelo de trabajo por células técnicas, optimizando la asignación de tareas, reduciendo los tiempos de respuesta y fortaleciendo el control de calidad en todas las etapas de producción. Solo entre enero y junio de 2026 se desarrollaron **más de 3.300 piezas gráficas**, se atendió el **99 % de los requerimientos institucionales**, con un promedio de **30 solicitudes semanales** de acompañamiento para direcciones, viceministerios y entidades adscritas. El modelo permitió además reducir la tasa de reprocesos técnicos a **menos del 1,5 %** y alcanzar una productividad promedio de **95 piezas mensuales por diseñador**, superior a los estándares de referencia para equipos creativos internos.

Estas capacidades hicieron posible el desarrollo integral de campañas institucionales, sistemas de identidad visual, plataformas digitales y estrategias de comunicación 360 para iniciativas como el **Congreso Iberoamericano de Artes para la Paz**, el lanzamiento del **SINAC**, la **FILBo**, el **FIAV**, **Circuitos Vivos** y más de **30 macroeventos** realizados en el territorio nacional, garantizando una identidad visual coherente, mayor oportunidad en la producción y un uso más eficiente de los recursos públicos.

Archivo audiovisual institucional

Se consolidó un sistema de gestión y preservación del archivo audiovisual mediante repositorios en **SharePoint**, con capacidad de **25 TB por biblioteca**, complementado por un convenio con **Patrimonio Fílmico Colombiano** para la salvaguarda del acervo audiovisual producido desde 1998 y su organización como patrimonio institucional.

Capacidad instalada de producción creativa y audiovisual (2022–2026)

Indicador	Resultado
Diseños producidos (ene.–jun. 2026)	Más de 3.300
Cubrimientos audiovisuales realizados (2023–18 jul. 2026)	1.417
Videos producidos (2023–18 jul. 2026)	1.324
Solicitudes institucionales atendidas	99 %
Solicitudes de acompañamiento gráfico	30 semanales
Productividad promedio del equipo de diseño	95 piezas por diseñador al mes
Reprocesos técnicos	Menos del 1,5 %
Macroeventos nacionales cubiertos	Más de 30
Modelo de producción	Equipos especializados 100 % in house

5 DESAFÍOS

5.1. Garantizar la sostenibilidad de la política editorial pública

Durante el período 2022–2026 el Ministerio consolidó una política editorial pública sustentada en un Plan Editorial institucional, un Comité Editorial, el sello editorial **MiCAsa**, la revista **GACETA** y un modelo de producción, impresión y circulación de publicaciones de acceso público.

Al cierre de la administración, el principal desafío consiste en garantizar la continuidad de estas capacidades institucionales. En materia de impresión, el contrato con la Imprenta Nacional presenta una ejecución del **84 %** de los recursos asignados, por lo que, de mantenerse el ritmo de producción editorial, será necesaria una adición presupuestal para atender las publicaciones previstas durante la vigencia.

En materia de circulación, los recursos del contrato interadministrativo con Servicios Postales Nacionales permitieron distribuir **16.128 ejemplares** a **1.152 bibliotecas** de la Red Nacional de Bibliotecas Públicas y cerca de **3.000 publicaciones** en las ferias regionales de Quibdó, Medellín y Valledupar. No obstante, los recursos disponibles ya fueron ejecutados, por lo que el plan de distribución previsto para el segundo semestre —que incluye la participación en las ferias del libro de Cartagena, San Andrés, Bucaramanga, Barranquilla, Medellín, Cali y Pasto— requiere una adición presupuestal.

Garantizar la sostenibilidad financiera y operativa de esta política permitirá dar continuidad al Plan Editorial, fortalecer los proyectos estratégicos **MiCAsa** y **GACETA** y asegurar que las publicaciones del Ministerio continúen llegando a bibliotecas, territorios y ciudadanía.

Cuadro 2. Estado del Plan Editorial institucional al cierre de la administración (2026)

Estado	Número de publicaciones
Impresas	3
En impresión	9
En proceso editorial	15
Total	27

Detalle por estado

Estado	Publicaciones
Impresas	<i>Memorias de mi cine (Autobiografía de Camila Loboguerrero); Gaceta 10-11 Centenario Delia Zapata Olivella; Plan Nacional de Cultura – Pueblos Indígenas.</i>
En impresión	<i>Vértigo de La vorágine; Tierra de aguas; Revista Faro 15; Economías para la transformación social; Plan Nacional de Artes Plásticas y Visuales; Macarena–Guaviare; Revista TrasPasos III; Plan Nacional de Cultura Pueblo Rrom; Gaceta 12-13 “Lo sagrado universal”.</i>
En proceso editorial	15 publicaciones correspondientes a la Biblioteca Nacional y diferentes direcciones y grupos del Ministerio, entre ellas <i>Escuelas de comunicación indígena, Operación Esperanza, Cuando los maestros cambian el mundo,</i>

Libro Centros Históricos, Cartilla Centros Históricos, Política Pública de Culturas Campesinas, 18 Salón Regional de Artistas, 47 Salón Nacional de Artistas, Revista Gaceta 14–15 “Escalona 100 años”, El creador y la errancia, Salmona escrito, Obra completa de Luis Tejada, Premios Nacionales de Dramaturgia y Sur de Bolívar.

5.2. Consolidar una cultura de evaluación y gestión del conocimiento

La Oficina Asesora de Comunicaciones cuenta con mecanismos de monitoreo, seguimiento y medición de resultados que permiten evaluar el desempeño de sus estrategias, campañas y canales de comunicación. El desafío para la siguiente administración consiste en fortalecer estas capacidades, consolidando sistemas de indicadores y metodologías de evaluación que permitan valorar, además del alcance de las acciones desarrolladas, su contribución al posicionamiento de las políticas públicas, la apropiación ciudadana, la transparencia institucional y el fortalecimiento de la relación entre el Estado y la ciudadanía.

Así mismo, será importante robustecer los procesos de gestión del conocimiento mediante la documentación, sistematización y transferencia de buenas prácticas y aprendizajes, con el fin de fortalecer la toma de decisiones basada en evidencia, optimizar el uso de los recursos, preservar la memoria institucional y asegurar la continuidad de las capacidades instaladas por la Oficina Asesora de Comunicaciones.

6 RECOMENDACIONES

6.1. Incorporar la comunicación como criterio de gestión pública

Se recomienda integrar la perspectiva de comunicación pública en los procesos de formulación, implementación, seguimiento y evaluación de las políticas, programas y proyectos del Ministerio, de manera que la apropiación social, la pedagogía pública, la participación ciudadana y la rendición de cuentas hagan parte de la gestión institucional desde su diseño y no únicamente en las etapas de divulgación.

6.2. Asegurar la ejecución del Plan Editorial Institucional

Se recomienda realizar seguimiento permanente al avance del Plan Editorial Institucional, priorizando la culminación de las publicaciones programadas y la implementación de las acciones administrativas necesarias para cumplir los cronogramas editoriales.

Así mismo, mantener el Comité Editorial como instancia de decisión para la priorización de publicaciones y efectuar el seguimiento a la ejecución de los contratos de impresión y distribución, con el fin de adoptar oportunamente las medidas presupuestales que garanticen la continuidad de la programación editorial.

6.3. Fortalecer la inteligencia institucional para la toma de decisiones

Se recomienda consolidar un modelo de inteligencia institucional que articule el monitoreo de medios, el análisis de la conversación pública, el comportamiento de las audiencias y los indicadores de comunicación, con el fin de identificar riesgos, anticipar escenarios, orientar la toma de decisiones y fortalecer el posicionamiento de las políticas públicas del Ministerio.

6.4. Proteger la comunicación pública como un activo estratégico del Estado

Se recomienda preservar la comunicación pública como una función estratégica para el fortalecimiento institucional, garantizando que sus decisiones, prioridades y recursos respondan al interés general, a la transparencia, al acceso a la información pública y al derecho de la ciudadanía a conocer, comprender y apropiarse de las políticas culturales.

7 INDICADORES DE LA DEPENDENCIA

Relacionar los principales indicadores de la dependencia en el Plan de Acción 2026 y su avance a 30 de junio

Indicador	Línea base	Meta sin LB cuatrienio	Avance sin LB mayo	Meta con LB	Avance con LB mayo	% Cump. acumulado
Contenidos producidos de	480	480	243	480	303	63.12%

piezas
audiovisuales y
radiales

Contenidos
audiovisuales
publicados a
través de redes
sociales

9500 9500 3926 9500 4331 45.59%

Producción
editorial
GACETA.

4 4 1 4 1 25%

8 ASIGNACIÓN Y EJECUCIÓN PRESUPUESTAL 2023 - 2026

AÑO	TIPO DE GASTO	APROPIACIÓN VIGENTE	COMPROMISO		OBLIGACIONES		OBLIGACIONES + RESERVA EJECUTADA	
			Valor	%	Valor	%	Valor	%
2023	Funcionamiento	\$ 0	\$ 0		\$ 0		\$ 0	
	Inversión	\$ 3.000	\$ 3.000	100%	\$ 1.128	38%	\$ 2.660	89%
	Total	\$ 3.000	\$ 3.000	100%	\$ 1.128	38%	\$ 2.660	89%
2024	Funcionamiento	\$ 0	\$ 0		\$ 0		\$ 0	
	Inversión	\$ 9.598	\$ 9.373	98%	\$ 4.431	46%	\$ 9.373	98%
	Total	\$ 9.598	\$ 9.373	98%	\$ 4.431	46%	\$ 9.373	98%
2025	Funcionamiento	\$ 0	\$ 0		\$ 0		\$ 0	
	Inversión	\$ 9.901	\$ 9.760	99%	\$ 4.591	46%	\$ 9.280	94%
	Total	\$ 9.901	\$ 9.760	99%	\$ 4.591	46%	\$ 9.280	94%
2026	Funcionamiento	\$ 0	\$ 0		\$ 0		\$ 0	
	Inversión	\$ 10.179	\$ 9.134	90%	\$ 2.711	27%	\$ 2.711	27%
	Total	\$ 10.179	\$ 9.134	90%	\$ 2.711	27%	\$ 2.711	27%

*Corte a 30 de junio de 2026 - Fuente: Oficina Asesora de Planeación

Cifras en millones

9 ANEXO CONTRATOS DE LA DEPENDENCIA

Para el cumplimiento de las funciones asignadas a la Oficina Asesora de Comunicaciones mediante el Decreto 1590 de 2024 y a los Grupos Internos de Trabajo de Divulgación y Prensa y Editorial mediante la Resolución DM No. 0745 de 2025, la dependencia cuenta con contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, así como con contratos celebrados con personas jurídicas e interadministrativos bajo su supervisión. Adicionalmente, aporta recursos para la ejecución de otros procesos contractuales cuya supervisión corresponde a diferentes dependencias del Ministerio, destinados a la adquisición de bienes y servicios requeridos para el desarrollo de sus funciones.

A la fecha de corte del presente informe, la Oficina ha suscrito **treinta y cinco (35)** contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, de los cuales **uno (1)** terminó anticipadamente. Estos contratos se distribuyen entre la Oficina y los Grupos Internos de Trabajo de Divulgación y Prensa y Editorial, de acuerdo con las funciones y necesidades de cada equipo.

La Oficina Asesora de Comunicaciones supervisa directamente **tres (3)** contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión. Dos de ellos respaldan la gestión administrativa, contractual y de planeación de la dependencia, mientras que el tercero presta apoyo especializado al despacho del jefe de la Oficina en materia de comunicaciones.

Los contratos asignados al Grupo Interno de Trabajo de Divulgación y Prensa respaldan las actividades de comunicación pública del Ministerio, incluyendo prensa, relacionamiento con medios, administración de canales digitales, comunicación interna, producción audiovisual, fotografía, diseño gráfico, generación de contenidos y cubrimiento de la agenda institucional.

Por su parte, los contratos del Grupo Interno de Trabajo Editorial apoyan la producción editorial institucional, comprendiendo procesos de edición, corrección de estilo, diseño y diagramación, producción de publicaciones impresas y digitales, así como las actividades requeridas para su impresión, distribución y circulación.

Adicionalmente, la Oficina cuenta con **seis (6)** contratos celebrados con personas jurídicas, de los cuales **dos (2)** corresponden a proveedores privados y **cuatro (4)** a entidades estatales. La supervisión directa de la dependencia recae sobre el Contrato Interadministrativo suscrito con **TEVEANDINA S.A.S.** y el contrato celebrado con la **Imprenta Nacional de Colombia**, este último a cargo del Grupo Interno de Trabajo Editorial. A la fecha de corte, el contrato con TEVEANDINA registra un avance de ejecución del **86 %**, mientras que el contrato con la Imprenta Nacional presenta una ejecución del **84 %**. Los demás contratos son supervisados por otras dependencias del Ministerio, aunque la Oficina aporta recursos para su ejecución cuando los bienes o servicios contratados respaldan el cumplimiento de sus funciones.

Finalmente, la Oficina adelanta la liquidación de **seis (6)** contratos finalizados, de conformidad con los procedimientos establecidos por la Entidad y la normatividad vigente.

El detalle de los contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, de los contratos celebrados con personas jurídicas e interadministrativos, así como de los contratos en proceso de liquidación, se presenta en el anexo "**Contratación 2026 OAC y Liquidaciones**", el cual contiene la relación detallada de los procesos contractuales, incluyendo número de contrato, contratista, objeto, valor, supervisor y estado.

[Plantilla Información Contractual Empalme2026 Oficina Asesora de Comunicaciones](#)

[Contratación OAC 2026 y liquidaciones.xlsx](#)