PROCESO GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO
FORMATO ESTUDIO PREVIO
PARA DETERMINAR LA CONVENIENCIA Y OPORTUNIDAD PARA CONTRATOS DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES Y/O DE APOYO A LA GESTIÓN ACTIVIDADES DIFERENTE A INSTRUCTOR

OBJETO:	*Prestar servicios personales para la Oficina de Comunicaciones durante la vigencia 2024, con el fin de implementar el Lenguaje de Señas Colombiana en los productos audiovisuales y eventos en los que participe el SENA.*
EDUCACIÓN Y/O FORMACIÓN	*Título de Tecnólogo en cualquier área del conocimiento.* *Aprobación del nivel Intermedio 1 en el manejo de la lengua de señas colombiana, con certificación expedida por FENASCOL. En caso de no certificar dicho nivel, debe presentar la evaluación de competencias lingüísticas en Lengua de Señas Colombianas, de FENASCOL, o una certificación de asociación de sordos o asociación de intérpretes.*
EXPERIENCIA RELACIONADA:	*25 meses de experiencia relacionada.*
VALOR Y FORMA DE PAGO:	*Se fija como valor total para el contrato la suma de TREINTA Y DOS MILLONES DOCE MIL QUINIENTOS PESOS M/CTE. ($32.012.500). Esta suma será pagada por el SENA al contratista de la siguiente manera: a) Un primer pago correspondiente al mes de febrero de 2024 por valor de DOS MILLONES CUATROCIENTOS SESENTA Y DOS MIL QUINIENTOS PESOS M/CTE. ($2.462.500), b) Diez (10) pagos iguales por los meses de marzo a diciembre de 2024, por valor de DOS MILLONES NOVECIENTOS CINCUENTA Y CINCO MIL PESOS M/CTE. ($2.955.000) cada uno.*
PLAZO:	31 de diciembre del 2024
LUGAR DE EJECUCIÓN:	*Bogotá D.C.*
SUPERVISOR:	*José Guillermo Martin Jiménez, Técnico Grado 03 de la Oficina de Comunicaciones o quien designe el ordenador del gasto.*
ORDENADOR DEL GASTO:	*Luis Arturo Páez Murillo, jefe de la Oficina de Comunicaciones*

De conformidad con lo establecido en los numerales 7 y 12 del artículo 25 de la Ley 80 de 1993 y el artículo 20 del Decreto 1510 de 2013 Decreto compilado por el artículo 2.2.1.1.2.1.1 del Decreto 1082 de 2015, así como lo dispuesto en el literal h) del numeral 4 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007, en concordancia con el artículo 2.2.1.2.1.4.9 del Decreto 1082 de 2015, artículo 2.8.4.4.5 y subsiguientes del Decreto 1068 de 2015 y artículo 3º del Decreto 371 de 2021, la, Dirección de área

y/o oficina del SENA, requiere contratar los servicios personales para atender la necesidad que a continuación se describe:

1. **Justificación de la necesidad de la contratación:**

El Servicio Nacional de Aprendizaje (SENA) creado en 1957, es un establecimiento público del orden nacional, con personería jurídica, patrimonio propio e independiente y autonomía administrativa, adscrito al Ministerio de Trabajo. Ahora bien, la Constitución Política de Colombia establece en su artículo 54 que "*Es obligación del Estado y de los empleadores ofrecer formación y habilitación profesional y técnica a quienes lo requieran.*", a su vez, el artículo 334 de la citada Norma, entre otras cosas, indica que el Estado intervendrá para dar pleno empleo a los recursos humanos y para promover la productividad y competitividad y el desarrollo armónico de las regiones.

El artículo 1 de la Ley 29 de 1990, que dicta disposiciones para el fomento de la investigación científica y el desarrollo tecnológico, establece que corresponde al Estado promover y orientar el adelanto científico y tecnológico y, por lo mismo, está obligado a incorporar la ciencia y la tecnología a los planes y programas de desarrollo económico y social del país y a formular planes de ciencia y tecnología tanto para el mediano como para el largo plazo. Así mismo, deberá establecer los mecanismos de relación entre sus actividades de desarrollo científico y tecnológico y las que, en los mismos campos, adelanten la universidad, la comunidad científica y el sector privado colombianos.

Es así, que el Servicio Nacional de Aprendizaje-SENA, es el encargado de cumplir la función que corresponde al Estado de invertir en el desarrollo social y técnico de los trabajadores colombianos, ofreciendo y ejecutando la formación profesional integral, para la incorporación y el desarrollo de las personas en actividades productivas que contribuyan al desarrollo social, económico y tecnológico del país, como lo establece la Ley 119 de 1994.

Es así, que las diferentes estrategias de comunicación contribuyen con la masificación del mensaje institucional que da a conocer a los colombianos el nivel profesional de formación, la importancia en las políticas de empleo y emprendimiento para fortalecer el posicionamiento de los aprendizajes en el mercado laboral, y la existencia de posibilidades de obtención de un trabajo digno.

Por consiguiente, la divulgación Institucional se enmarca en las estrategias de las entidades del sector público para evidenciar y visibilizar la importancia de la comunicación integral que de una u otra forma ponga en conocimiento los servicios que se están prestando a la población colombiana. Para el SENA, es necesario divulgar información relevante y oportuna ya que según la medición del nivel de confianza de los colombianos en las instituciones públicas y privadas, la Entidad es reconocida como un Establecimiento público de orden nacional que contribuye a la empleabilidad

de los ciudadanos a través de su formación y emprendimiento, de igual manera, a través de la difusión se da a conocer a los ciudadanos sus políticas, programas y proyectos con el fin de generar un acercamiento entre el Estado y sus administrados convocando a los ciudadanos a la participación y contacto permanente, siendo así, la comunicación y divulgación son un medio de control social con el que se logra evidenciar el cumplimiento de los fines y objetivos dispuestos por el legislador para el ente público gestor, en contribución a la democracia y la solidificación de las garantías constitucionales.

En el artículo 7° del Decreto No. 249 de 2004, se establecieron las siguientes funciones a la Oficina de Comunicaciones:

> *"1. Asistir a la Dirección General, a las Direcciones Regionales, a la Dirección del Distrito Capital y a los Direcciones de Centro, en el manejo de los medios de comunicación, las publicaciones y el manejo de la imagen corporativa. 2. Diseñar e implementar la política y estrategias de comunicaciones de la entidad, de acuerdo con los lineamientos definidos por la Dirección General. 3. Coordinar y organizar las ruedas de prensa, seminarios, reuniones externas, conferencias que realicen las dependencias de la entidad. 4. Dirigir y coordinar el diseño, producción y distribución de periódicos, boletines, medios audiovisuales y medios impresos con fines de información y divulgación institucional, en coordinación con la Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas. 5. Diseñar, desarrollar y mantener sistemas y mecanismos destinados a la conservación de la imagen corporativa de la entidad. 6. Diseñar, desarrollar y mantener sistemas y mecanismos de información a los funcionarios, alumnos, usuarios y al público en general, sobre los servicios y actividades del SENA, en coordinación con las dependencias de la entidad y de manera particular con la Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas. 7. Asesorar a las dependencias del SENA, en el manejo de la información, divulgación, imagen corporativa y publicidad institucional. 8. Coordinar y organizar la divulgación masiva de los servicios de la Entidad, a la ciudadanía, manteniendo la imagen corporativa, de acuerdo con los objetivos trazados por la Dirección General, en coordinación con la Dirección de Promoción y Relaciones Corporativas. 9. Coordinar con las dependencias, los contenidos informativos de la página de Internet y la Intranet de la entidad, garantizando la actualización permanente de la información. 10. Coordinar de conformidad con la reglamentación que al efecto se expida, el Sistema Nacional de Videoconferencias de la entidad. 11. Coordinar y desarrollar mecanismos que permitan la aplicación de las estrategias comunicativas nacionales, en los Centros de Formación. 12. Rendir informes de gestión periódicos al Director General. 13. Asesorar a las dependencias en los procesos propios del área. 14. Coordinar con la Dirección de Planeación y*

Direccionamiento Corporativo, la definición y aplicación de indicadores de gestión para los procesos de la dependencia y responder por las metas y los indicadores de gestión contemplados en los planes indicativos y operativos, programas y proyectos de la dependencia. 15. Implementar y mantener los procesos definidos en el Sistema de Gestión de Calidad y velar por la mejora continua de los mismos en la dependencia. 16. Las demás que le sean asignadas y que correspondan a la naturaleza de los procesos de la dependencia".

De igual forma, cumple con las funciones que le han sido otorgadas en la Resolución 1-00351 de 2022 *"Por la cual se modifica la Resolución Nro.000120 de 2007 respecto a la integración del Grupo Interno de trabajo denominado Prensa de la Oficina de Comunicaciones de la Dirección General"*, que son:

1.Coordinar el diseño e implementación de la Estrategia Nacional de Comunicaciones de la Entidad en sus componentes interno, externo, digital, imagen corporativa y accesibilidad, de acuerdo con los lineamientos y responsabilidades asignadas a los profesionales y equipos que ejecutan cada componente de la Estrategia.

2.Organizar y asesorar en el desarrollo de publicaciones en los canales nacionales de comunicación interna, garantizando el manejo de la imagen corporativa y promoviendo para mantener informados a los grupos de valor internos sobre las estrategias, programas, proyectos y servicios del SENA.

3.Organizar y asesorar en el desarrollo de publicaciones en los canales nacionales de comunicación externa: portal web, redes sociales, radio, tv y digital, de acuerdo con los lineamientos y responsabilidades definidas por los profesionales y equipos de trabajo designados para cada canal.

Es importante mencionar que el plan de comunicaciones enviado a presidencia en la vigencia 2023, tiene el objetivo de formular, ejecutar y evaluar las campañas comunicativas internas y externas y los eventos estratégicos orientados a divulgar y visibilizar la estrategia, planes, programas, proyectos, servicios y logros de las dimensiones estratégicas del SENA en el PEI 2023-2026 para la formación profesional integral, el empleo, el emprendimiento y el reconocimiento de aprendizajes previos. Así como, las divulgaciones a los grupos de valor internos y externos caracterizados por el SENA para las iniciativas estratégicas como CampeSENA, Economía Popular y Sostenibilidad para la materialización de la justicia social, económica y ambiental, en el marco del Plan Nacional de Desarrollo 2022-2026 y el Plan del Sector Trabajo 2023-2026, dando cumplimiento a los

lineamientos de imagen corporativa institucional y al estilo y tono de los mensajes en lenguaje claro, accesibles y humanos que impacten positivamente la reputación y la confianza de la ciudadanía en la Entidad.

Ahora bien, las bases del Plan Nacional de Desarrollo para la estrategia nacional de comunicaciones son entre otros, Educación de calidad para reducir la desigualdad, Economía campesina, Trabajo decente y empleo rural en el campo colombiano; Reconocimiento e impulso a la economía popular y comunitaria (EP); Trabajo decente y empleo rural en el campo colombiano; democratización del conocimiento y el talento digital.

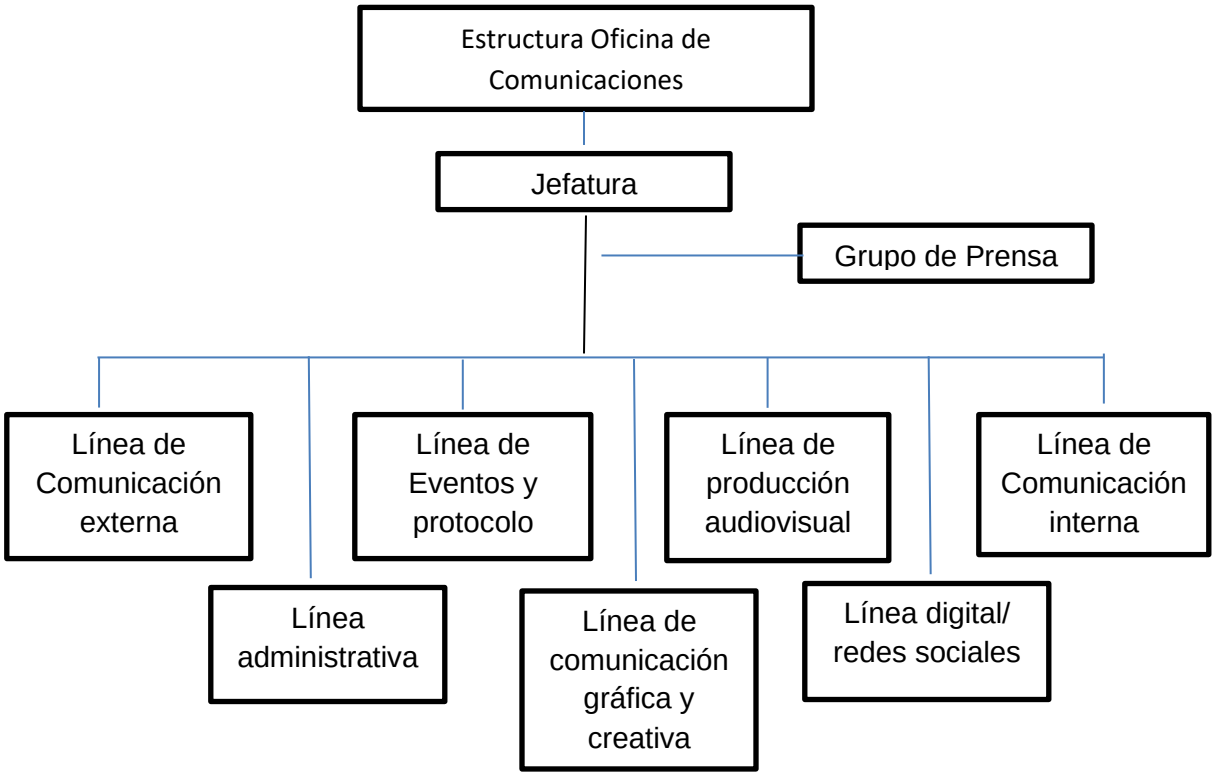
En alineación con el Plan Estratégico Institucional del SENA para el periodo 2022-2026 y en coherencia con el Plan de Desarrollo 2022 - 2026: Colombia, Potencia Mundial de la Vida y al Plan Estratégico Sectorial Trabajo 2023 – 2026, la oficina de Comunicación ha desarrollado parte de sus funciones para dar cumplimiento a las políticas establecidas en el Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol-SIGA.

El Modelo de Operación del SENA opera bajo los lineamientos del MIPG y Articula los sistemas de gestión implementados incluyendo el Sistema de Control Interno, es por ello que a través del Acuerdo 4 de 2021 la Entidad adopta el Modelo Integrado de Planeación y Gestión –MIPG en el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA y se dictan otras disposiciones."

Además, la Oficina de Comunicaciones articula el proceso de gestión de comunicaciones que se encuentra en el mapa de Procesos del SENA en la categoría de soporte, el cual está orientado a divulgar la imagen institucional previniendo riesgos del mal uso de las misma, es decir, está destinado a establecer y procurar un buen manejo reputacional, a través de los diferentes productos que se manejan en el área entre los que se encuentran las e-card, campañas, piezas audiovisuales, boletines de prensa, entre otros usados para la difusión de los mensajes institucionales, a través de medios de comunicación tanto internos como externos, como los son la intranet, la página web y las redes sociales institucionales entre los más importantes; además brinda respuesta a las PQRS que por competencia le son asignadas a esta oficina, entre otras actividades propias de esta.

De allí la relevancia de contar con equipo de trabajo sólido, interdisciplinar y comprometido en brindar apoyo para la atención de las funciones asignadas a la Oficina de Comunicaciones en el artículo 7º del Decreto 249 de 2004.

Para el cumplimiento de las anteriores funciones y compromisos, la Oficina de Comunicaciones está organizada de la siguiente manera:



A continuación, se describe la función y los equipos que conforman cada línea con el fin de cumplir con el Plan Nacional de Comunicaciones:

1. **Línea administrativa.**

Esta línea es la encargada de gestionar todo tipo de procesos administrativos que requiera y se alleguen a la Oficina de Comunicaciones, como lo es la contratación, gestión documental, asistencia a la jefatura, la atención a PQRSD; dar trámite a los procesos de la Dirección de Planeación y Direccionamiento Corporativo y a los procesos de transparencia, lucha contra la corrupción y acceso a la información pública; además, incluye el Sistema Integrado de Gestión y Autocontrol -SIGA con el proceso de soporte Gestión de Comunicaciones.

Por otra parte, esta línea junto con la Oficina de Sistemas es la encargada de administrar y actualizar la página web de la Entidad, la nube y demás plataformas digitales que maneja el SENA para comunicar sus actividades, servicios y misionalidad. Además, apoya la implementación en estas plataformas digitales de la ley 1712 de 2014 de Transparencia y del Derecho de Acceso a la

Información Pública, y todas las directrices sobre Gobierno Digital con el fin de que la comunidad y ciudadanía tenga un adecuado acceso a la información del SENA.

Es importante mencionar que en la vigencia 2023, esta línea gestionó:

- Más de 161 PQRS, de esas 32 han sido tramitadas, mientras que 129 fueron trasladadas a otras dependencias para su respectiva revisión.
- Seguimiento a más de 3.400 solicitudes que ha recibido la oficina y que han sido gestionadas por las diferentes líneas de trabajo.
- Se han gestionado 6 contratos de bienes y servicios por valor total de $3.478.328.363.
- Se gestionaron 49 contratos de prestación de servicios personales, 2 cesiones, 3 suspensiones, 3 terminaciones anticipadas, 2 modificaciones, y 21 prorrogas y adiciones a contratos de servicios personales.
- Se gestionó el presupuesto de la oficina que en resolución de apertura se asignó un total de $6.454.902.000, y por medio de 12 resoluciones de modificación presupuestal entre las cuales se disminuyó y/o aumentaron recursos, la oficina de comunicaciones terminó con un total de $6.118.346.363.
- Se atendieron aproximadamente 1.000 solicitudes de publicación en el link de transparencia y participa de la página web de la Entidad.
- Se gestionó la actualización de las Tablas de Retención Documental de la Oficina de Comunicaciones.
- Se organizo la información de la Oficina de Comunicaciones de acuerdo con la actualización de las Tablas de Retención Documental en el AES.
- Se contestaron 4 derechos de petición.
- Se gestionó el registro de la marca CampeSENA.
- Se apoyó en la renovación de la marca SENA.
- Se realizó acompañamiento jurídico en la oficina de comunicaciones.
- Se perfeccionaron 5 contratos de bienes y servicios entre los cuales esta:
  *CO1.PCCNTR.4805712 -Central de Medios
  * CO1.PCCNTR.5227217 -Adquisión de una cámara con accesorios.
  * CO1.PCCNTR.5316203 -Adquisición y mantenimiento de equipos de reporteria.
  * CO1.PCCNTR.5215747 -Participación en Agroexpo.
  * CO1.PCCNTR.5583370 -Operador Logístico.
  * CO1.PCCNTR.5694433 Adquisición de equipos audiovisuales para las regionales del SENA.

Por otra parte, la oficina de comunicaciones ha dado cumplimiento a los lineamientos establecidos por el Departamento Administrativo de la función Pública en la dimensión Información y Comunicación, Política de transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la

corrupción en el SENA, de igual forma a los lineamientos del Departamento Nacional de Planeación para la articulación de las comunicaciones a la Planeación institucional del SENA. Se destacan los siguientes resultados documentados desde el rol del enlace de la oficina de comunicaciones con la DPDC y Control Interno, y política de transparencia oficina de Comunicaciones SENA.

- Documentación en el mes de enero de 2023 de los informes de ley de la oficina de comunicaciones para requerimientos CGN SIRECI 2022, dimensión información y comunicación del Modelo Estándar de Control Interno- MECI, Cierre de brechas política de transparencia, reportes documentales del proceso Evaluación del Desempeño laboral y publicaciones de Ley para la divulgación del Plan de Acción 2023, el mapa de riesgos de corrupción 2023 y el Plan Anticorrupción 2023 antes del 31 de enero de 2023.
- Documentación de aportes de la Gestión de Comunicaciones en mesas de trabajo con la DPDC para la formulación del Plan Estratégico Institucional-PEI 2023-2026.
- Formulación de indicadores del PEI 2023-2026 en la dimensión “Desarrollo Institucional” del cuadro de mando integral del SENA: Campañas de comunicación del Plan de Comunicaciones 2023-2026.
- Formulación del Plan de Comunicaciones 2023 en cumplimiento a lineamientos de la Consejería para las comunicaciones de la presidencia de la república.
- Seguimiento al Plan de Acción 2023 Oficina de Comunicaciones, reportes nacionales trimestrales y análisis de indicadores en el componente regiones de la Estrategia de Comunicación 2023.
- Formulación lineamientos Plan de Acción 2024 Oficina de Comunicaciones, documentación de reportes y aportes a las fases definidas por la DPDC para la planeación institucional 2024.
- Documentación de iniciativas estratégicas 2024 Oficina de Comunicaciones, reportes a aplicativos institucionales Banco de proyectos SENA.
- Reportes mensuales en 2023 de indicadores seguimiento a proyecto de inversión “PIIP Proyecto 629 Procesos de apoyo para la formación, el recaudo de aportes y la promoción y divulgación de los servicios del Sena a nivel nacional”, “Productos de comunicación realizados".
- Reportes cuatrimestrales, evidencias de comunicaciones para el Plan Anticorrupción y de Atención al ciudadano- PAAC 2023.
- Atención a Auditorías delegadas por el jefe de comunicaciones para la gestión de proyectos de comunicaciones, Auditorías de los entes de control CGN y PGN y para Auditorías internas como la de la Audiencia de Rendición de Cuentas 2023.
- Reportes de cumplimiento y evidencias de comunicaciones en las políticas para la atención a población con discapacidad y la Política atención con enfoque pluralista y diferencial del SENA en 2023.

- Elaboración de informes de gestión del Gerente público de Comunicaciones y de la gestión de la oficina de comunicaciones, consolidando las evidencias de gestión aportadas por las áreas para los informes institucionales direccionados por la DPDC en 2023.
- Documentación del Plan de cierre de brechas FURAG oficina de comunicaciones en las políticas Transparencia y acceso a la información pública con un avance del 100% a noviembre de 2023 y Gestión del conocimiento con un cumplimiento del 100% a noviembre de 2023.
- Documentación de acciones para la accesibilidad del portal web y la actualización de la información en los enlaces “Transparencia” y “Participa”, monitoreando visitas y alcances de la comunicación divulgada en el portal web enlaces de ley, resultados documentados mediante reuniones cuatrimestrales con los enlaces de las dependencias para la actualización del portal web transparencia, reportadas en los seguimientos al Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano 2023 para la Oficina de Comunicaciones.
- Desde la vigencia 2023 el lineamiento de la oficina de comunicaciones es que todos los productos de comunicación divulgados en canales nacionales y regionales incluirán ajustes razonables en la comunicación como subtítulos en los videos, lengua de señas colombianas, mensajes alusivos al reconocimiento de derechos de las poblaciones caracterizadas con enfoque pluralista y diferencial por parte del SENA.
- Articulación del enfoque pluralista y diferencial al Plan de Comunicaciones 2023, a través de los canales de comunicación internos y externos en el marco de la estrategia de comunicación a través de las redes sociales con el hastag #SENAINCLUYENTE se divulgan las acciones del SENA para la atención con enfoque pluralista y diferencial.
- Articulación contenidos del portal web SENA sección Accesibilidad SENA https://www.sena.edu.co/es-co/transparencia/Paginas/accesibilidad.aspx, en el marco del Índice de transparencia activa SENA 2023.

Además, desde lo realizado por el líder SIGA contratado para los procesos de la Oficina de Comunicaciones, se gestionó:

- Se orientó las comunicaciones a los Grupos de valor con enfoque pluralista y diferencial.
- Se gestionó el cumplimento a lo establecido en la Ley de Transparencia 1712 de 2014 y a la Resolución 1519 de 2020, realizando las publicaciones en el enlace Participa y en partición ciudadana, conforme a los requerimientos de las diferentes dependencias de la Entidad.
- Cambio de Imagen del SENA dando los lineamientos para la actualización de la Imagen Institucional documentación y control del proceso de transición de actualización de la imagen institucional.

- En cuanto a **Satisfacción del Cliente** Externo la marca SENA se consolida como la preferida por los colombianos, así lo destaca *Brand Asset Valuator (BAV)* en el estudio de marcas más grande del mundo
- **Estado de No Conformidades – Acciones Correctivas:** La oficina de Comunicaciones tiene registrados 23 Hallazgos los cuales son producto de Auditorías realizadas por los entes de control o por la OCI del en entidad a la fecha se reporta 11 hallazgos con un 100% de ejecución y 12 están en estado de tramite: Acciones Correctivas OCI en trámite: 20800, 20801, 20802, 20803, 20804, 20807, 20809, ID Acción SIGA en trámite: 35090, 35506, 35900, 36201, 36246, 36849, 36850.
- El proceso de Gestión de Comunicaciones hace seguimiento a 14 Acciones de Mejora Evolutiva las cuales están abiertas y en trámite implantación de las acciones de mejora por parte de las regionales y en le aplicativo compromiso se refleja el siguiente avance: Regionales con plan de mejoramiento 0% de avance: Cauca, Guaviare, San Andrés, Guajira, Regionales con 25 % y 50 % de avance en planes de mejoramiento: Cundinamarca, Boyacá, Norte de Santander, Antioquia, Vaupés; Regionales con 60 % y 75 % de avance en planes de mejoramiento: Arauca, Valle
- El proceso de Gestión de comunicaciones tiene identificados siete 7 Riesgos a los cuales se les hace **Monitoreo y tratamiento del riesgo,** cinco 5 de los cuales esta categorizados como riegos de proceso y dos 2 como riesgos de corrupción
- En cuanto a la gestión y actualización de los procedimientos, manuales, instructivos, guías, protocolos y formatos la Oficina de Comunicaciones cuenta con 34 documentos asociados al proceso de Gestión de comunicaciones de los cuales 4 son procedimientos, 5 son Manuales, 4 son instructivos, 1 protocolo, 2 anexos y 16 Formatos están actualizados y contribuyen con la para la eficacia y eficiencia del (SGC).
- Se realizó la recolección y consolidación de las evidencias de la Evaluación de Gestión por Dependencias con las características de **Pertinente**, **Competente** y **Suficiente** con el siguiente resultado: Calificación de 9.88/10 para el primer trimestre y Calificación de 9.65/10 para el segundo trimestre.
- En cuanto a los indicadores de gestión del SIG la Oficina de Comunicaciones tiene asociados los siguientes indicadores de Eficacia:
    - Solicitudes atendidas de actualización de información publicada en el portal web de la entidad
    - Solicitudes atendidas de publicación link de transparencia del portal web SENA.
- Indicadores de Efectividad:
    - Ciclo Integral de la Gestión de Riesgos de Corrupción – GC
    - Ciclo Integral de la Gestión de Riesgos de gestión – GC
    - Materialización del Riesgo de corrupción - GC
    - Materialización del Riesgo de gestión - GC
    - Monitoreo Riesgos de corrupción Nivel Alto y extremo – GC

- Monitoreo Riesgos de corrupción Nivel Moderado – GC
- Monitoreo Riesgos de gestión Nivel Alto y extremo – GC
- Monitoreo Riesgos de gestión Nivel Moderado – GC

- Se realiza seguimiento al cumplimento de los indicadores de las 33 regionales:
  - Actualización de blogs en las regionales
  - Impactos positivos en medios de comunicación Regional
  - Comunicación Interna Regional

Para seguir llevando a cabo estas actividades y logros, la línea administrativa en la vigencia 2024 estará conformada por seis profesionales.

2. Línea de Comunicación externa.

Esta línea es la encargada de establecer contacto a nivel local, departamental y nacional con los medios de comunicación externos, es decir, radio, prensa, televisión, portal web SENA, entre otros, garantizando una comunicación acertada con los ciudadanos y el público de interés.

Además, genera todo tipo de productos periodísticos como lo son boletines de prensa, bullets, libretos y copy para redes sociales, realiza cubrimiento de eventos y monitoreo de medios de comunicación, y gestiona el free press con los medios de comunicación.

Es importante mencionar que en la vigencia 2023 esta línea gestionó:

- 81 campañas de comunicación desagregadas así por temas: 16 sobre la Dirección de Formación, 27 sobre el Sistema Nacional de Formación para el Trabajo, 31 sobre la Dirección de Empleo y Trabajo, 1 sobre comunicación, 2 sobre la Oficina de Sistemas y 4 sobre SENA Sostenible. Entre las campañas más destacadas están el lanzamiento de CampeSENA, Full Popular, Tejido de Paz, 4 ofertas de formación virtual, 5 ofertas de formación presencial, 1 campaña de bilingüismo 'English Does Work', Worldskills, estrategia SENA Innova, Extensionismo tecnológico, campaña de reingreso de aprendices al SENA, 15 campañas de emprendimiento (jóvenes, mujeres, campesinos, personas con discapacidad, poblaciones vulnerables, Línea Crecer, entre otras), 16 campañas de empleo (mujeres, jóvenes, egresados, población general, entre otros), 10 certificatones, Agroexpo, Formación Continua Especializada, Día Internacional del Reciclaje, Donación de libros, Día de la Afrocolombianidad, entre otras.
- Se realizaron 82 cubrimientos periodísticos.
- Se realizaron 171 boletines de prensa y 5 comunicados de prensa.
- Se revisaron 540 boletines de prensa enviados para publicación en la página web.
- Consejos de Redacción: 38
- Se atendieron 550 solicitudes

- Se apoyó en eventos con periodistas como maestros de ceremonia
- Se apoyó la modificación del Manual de Comunicación Interna y Externa.
- Se apoyó el seguimiento de indicadores del Plan de Acción de Dirección General y Regionales.
- Se realizaron 4 revistas digitales SENA Comunica.

Para seguir llevando a cabo estas actividades y logros, la línea de comunicación externa en la vigencia 2024 estará conformada por un equipo de comunicadores sociales y/o periodistas, de los cuales uno es el encargado de gestionar el trabajo y productos asignados a la línea dando lineamientos sobre redacción, uno gestiona la revista y noticiero digital, uno gestiona el noticiero SENA Comunica, uno apoya el envío del reporte de noticias y ocho realizan productos periodísticos y comunicacionales.

3. Línea de Comunicación interna.

A través de esta línea de trabajo se llevan a cabo estrategias y acciones para visibilizar al público interno del SENA las actividades, beneficios, logros, proyectos y metas de la Entidad, generando cultura de apropiación y estimulando el sentido de pertenencia de los colaboradores y sus aprendices.

Es importante mencionar que en la vigencia 2023, esta línea gestionó:

- 110 notas Nube y/o Flash Informativo publicados en la Intranet.
- 50 cubrimientos periodísticos.
- 22 campañas de comunicación de las cuales dando cumplimiento a los hitos marcados en el proceso de Comunicación Interna cabe resaltar la elección de representantes, egresados, elección de representantes de aprendices, día de la mujer, día del hombre, 66 años SENA, encuesta de comunicación interna, semana de los idiomas, semana andina, semana de atención con enfoque pluralista y diferencial, Audiencia Pública Rendición de Cuentas, y navidad.
- Se realizaron 40 programas “Venga le Cuento en 90 Segundos” y 4 extras.
- Se realizaron 42 Newsletter y 1 extra.
- Se gestionaron 55 fotogalerias y/o agendas de eventos.
- Se gestionaron 176 vídeos, podcast y/o y/o banner en la Intranet.

En concordancia con el Plan de Acción de la Oficina de Comunicaciones este año el proceso de Comunicación Interna de acuerdo con los resultados de la encuesta de Comunicación interna 2023 evidencia que el 91% del público objetivo se entera de lo que sucede en la Entidad a través del correo electrónico y el 25% a través de la Nube. El 86% de los encuestados consideran que la

información suministrada es relevante y el 82% califica que la información es de calidad y pertinente, además, refleja una tendencia creciente en divulgación y se mantiene como columna vertebral del proceso la Intranet, seguida por el Newsletter SENA Informa.

Para llevar a cabo estas actividades y logros, la línea de comunicación interna en la vigencia 2024 estará conformada por tres comunicadores sociales y/o periodistas, de los cuales uno es el dinamizador encargado de gestionar todo el trabajo y productos asignados a la línea, y dos realizan productos periodísticos y comunicacionales.

4. **Línea de eventos y protocolo.**

Esta línea desarrolla la estrategia nacional de comunicación para la ejecución de los eventos propios, de terceros y de ley, además, gestiona las alianzas con medios de comunicación, el monitoreo de medios y otros proyectos que se llevan a cabo a través de los contratos de operación logística y central de medios.

En la gestión de eventos, esta línea apoya a nivel logístico, estratégico y financiero la realización de eventos con asistencia de Gobierno y asistencia masiva de la ciudadanía, gestionando permisos para espacios con disposición para paso de alto tráfico, Cruz Roja y Movilidad, y realizando avanzadas con el equipo presidencial de protocolo y seguridad.

Como parte de este componente también se apoyó la gestión, ejecución y desarrollo de eventos de alta importancia como CampeSENA, el Día del Campesino y Full Popular que son estrategias alineadas con el Gobierno, contando con rubros mayores a los 600 millones cada uno; además, se apoyaron entre otros los eventos de Tejidos de Paz, Agroexpo, ‘Cumbre Internacional de Sostenibilidad e Innovación Ambiental´ de la CAR, en los que se consolidó la propuesta estratégica de participación; y en los que eran de participación con terceros, se gestionó los procesos de vinculación.

Dentro de los resultados registrados a la hora de ejecutar y finalizar un evento, con los documentos soportados en la plataforma compromiso demuestran que las cifras son positivas, y evidencian el buen ejercicio y práctica de la línea porque resaltan el impacto de más de 4.000 personas del público interno, 7.000 del público externo y más de 500 personas de Gobierno con resultados exitosos. Además, con los formatos diligenciados por los asistentes se evidencia que se está participando o desarrollando eventos de interés y que generan beneficios para el país.

En la gestión de alianzas y relacionamiento con medios de comunicación nacionales y comunitarios, se articularon los procesos de vinculación, se desarrolló un plan de servició para llevar el control estratégico de los tiempos de divulgación, y presupuesto con resultados de alto alcance e impacto

en la ciudadanía. Más de 10 campañas fueron difundidas en los canales de estos medios, con productos estratégicos, como cuñas, notas periodísticas y productos digitales. Las alianzas desarrollas con RCN Radio, Caracol Radio, Grupo Semana y Q'Hubo, difundieron estrategias y campañas que alcanzaron cifras importantes como 2.264.785 personas impactadas en radio; las cifras alcanzadas en medio impreso y digital por cada difusión fue de 5.000 personas en edad superior a los 19 años; en digital para el medio impreso con portal web se registraron 79,385 impresiones y 2,209 clics en el link por cada publicación; por medio de las tres (3) alianzas con asociaciones de emisoras comunitarias que refieren un aproximado de 400 emisoras se difundieron más de 14 programas de radio con duración de 15 minutos, 7 de televisión con 30 minutos y 22 cápsulas informativas que oscilan entre 2 y 5 minutos.

Por trazabilidad del proceso y en articulación con Presidencia, se han desarrollado las difusiones en medios nacionales con previa aprobación de SAMI, por medio de 17 informes para cada uno de los productos que se realizaron desde la Oficina de Comunicaciones.

Para llevar a cabo estas actividades y logros, la línea de eventos y protocolo en la vigencia 2024 estará conformada por dos profesionales, uno que apoya la coordinación de eventos y planes de medios, y apoya la supervisión de contratos de bienes y servicios; y otro rol que apoya la gestión y seguimiento de los eventos que se requieran así como de las actividades que se realicen por medio de los contrato de operación logística y central de medios que suscriba la oficina de comunicaciones en la vigencia 2024.

5. Línea de producción audiovisual.

Esta línea brinda respuesta a las necesidades de todas las áreas de la Dirección General y las Regionales cuando se requiere, referente a la realización de piezas y estrategias audiovisuales como lo es la toma de fotografías, video, cubrimiento de actividades, y creación de audiobrand que contribuyan a visibilizar oportunamente los servicios, proyectos, acciones y logros de la Entidad al público objetivo.

Es importante mencionar que en la vigencia 2023, esta línea gestionó:

- Articulación de los lineamientos brindados por el jefe de oficina en el mes de febrero, dando a las regionales nuevas herramientas conceptuales y gráficas, para el desarrollo de sus piezas. También articulando la directriz dada por el gobierno Nacional "Colombia, Potencia de la Vida" y respondiendo a todas las áreas misionales de la Dirección General, despacho y regionales.

- Como Ítem sobresaliente destaca el Noticiero SENA Comunica, emitido en las redes sociales Nacionales: YouTube, Facebook, X /Twitter, LinkedIn, logrando alianza con canales comunitarios a nivel nacional, con corte a 15 de noviembre se emitieron 37 noticieros.
- Entre las transmisiones más representativas en términos de pre, pro y postproducción destaca el lanzamiento de la estrategia CampeSENA, Full Popular y Alianza con la OIT para "Tejidos de Paz". También pre, pro y postproducción de piezas audiovisuales para la plataforma SAMI del Gobierno Nacional en conjunto con la línea de diseño de la oficina.
- Respondiendo a las áreas misionales se han desarrollado, lives (transmisiones en vivo) sobre Certificatones, talleres de capacitación, ofertas de formación, documentales, y transmisiones en regionales, teniendo un total de 55 Transmisiones en la página de YouTube de la Entidad.
- En apoyo y atención a las solicitudes que se allegan a esta línea, a corte 15 de noviembre se atendieron 388 solicitudes, de las diferentes líneas de Comunicación externa, interna, despacho, áreas misionales, sindicato, y secretaria general.

Además, esta línea es la responsable del programa de radio que divulga los servicios y actividades del SENA, frente a esta actividad, se llevó a cabo las siguientes acciones:

- Se realizaron 24 programas de radio de 15 minutos cada uno, para 62 emisoras comunitarias de 22 departamentos del país. En promedio se emitieron 5 notas por cada programa para un total de 120 notas radiales.
- Se hicieron 15 programas sonoros, publicados en la página WEB del SENA, desde principios del año, hasta que se firmó el contrato con las emisoras radiales.
- Se realizaron 28 cápsulas de 2 minutos de duración, cada una, emitidas por las 64 frecuencias de Radio Nacional de Colombia en todo el país.
- Se produjeron 26 Cápsulas de 2 minutos de duración, cada una, para 62 emisoras comunitarias del departamento de Boyacá.
- Se realizaron 7 programas de radio de 15 minutos de duración, cada uno, para Alter Media, emitidos en 9 emisoras comunitarias del país.
- Se estima que se logró una sintonía de 5 millones 500 mil oyentes promedio, por programa, en las emisoras comunitarias; 60 mil oyentes promedio, por emisión, en Radio Nacional de Colombia y 1 millón 200 mil oyentes promedio, por emisión, en las emisoras comunitarias de Boyacá.

Para llevar a cabo estas actividades y logros, la línea audiovisual en la vigencia 2024 estará conformada por nueve roles, entre los que se encuentra un dinamizador audiovisual que orienta y gestiona todas las solicitudes y productos audiovisuales requeridos, tres realizadores que toman

fotografías y videos, dos editores audiovisuales, un intérprete en lengua de señas colombiana, y dos profesionales que desarrollaran la identidad musical de la Entidad.

6. Línea de comunicación gráfica y creativa

Esta línea brinda respuesta a las necesidades de todas las áreas de la Dirección General y las Regionales, referente a la realización de piezas, conceptos gráficos y campañas que contribuyan a visibilizar oportunamente los servicios, proyectos, acciones y logros de la Entidad al público objetivo.

Es importante resaltar que esta línea desarrolla acompañamiento estratégico tanto a los periodistas de la oficina como a las áreas directamente según el caso, esta labor tiene un componente estratégico y de redacción de copys, y la proyección de brief, que hacen parte fundamental de todas las estrategias comunicacionales.

En la vigencia 2023, esta línea gestionó:

- 1358 solicitudes de productos gráficos, con 81 campañas externas y 655 solicitudes de comunicación interna entre las cuales se encuentran productos como e-cards, universos gráficos, sinergias, estrategias y campañas
- 82 apoyos en producción/animación de video.

En estrategias gráficas las más destacadas fueron: Campesena, Full Popular, las convocatorias presenciales y virtuales, la campaña de Cultura SENA, los universos gráficos de la Agencia Pública de Empleo, Fondo Emprender, SENA Emprende Rural, Observatorio laboral Ocupacional, SIGA, FEEC, FCE, Bienestar al Aprendiz, Bilingüismo SENA, EL SENA es gratis, la estrategia regresa, imagen del programa noticiero SENA Comunica, imagen del programa de radio, imagen SENA 66 años, Plan Estratégico Institucional, estrategia Prevenir está de moda, diseño del portafolio de la entidad y diseño especializado del portafolio de la entidad para las Fuerzas Militares, estrategia SENA – MINTIC (NEXOS), diseño de stands y conceptos para eventos de la Entidad, diseño de la revista institucional, concepto y diseño estrategia Por eso nos quieren, SENA Soft, material POP, campañas específicas para las áreas misionales, entre otras solicitudes de comunicación interna diarias y de tráfico constante.

Para llevar a cabo estas actividades y logros, la línea de comunicación gráfica en la vigencia 2024 estará conformada por cuatro roles, entre los que se encuentra un dinamizador creativo que participa del proceso en la orientación, gestión de todas las solicitudes y diseño de piezas gráficas requeridas, un profesional que desarrolla estrategias y piezas gráficas que requiera la oficina de comunicaciones, un profesional que anima gráficamente videos y realiza piezas gráficas, y un apoyo que realizará piezas gráficas enfocadas en las necesidades de las diferentes regionales del SENA.

7. Línea digital de redes sociales

La línea digital brinda respuesta a las necesidades de todas las áreas de la Dirección General y regionales cuando se requiere, referente a la realización y publicación de contenido comunicacional en las redes sociales oficiales del SENA. Además, brinda los lineamientos a los equipos de comunicación en las regionales sobre la estrategia digital, esto con el propósito de divulgar contenidos que contribuyan a visibilizar oportunamente los servicios, proyectos, acciones y logros de la Entidad al público objetivo.

Durante la vigencia 2023 esta línea gestionó:

- 2.525 publicaciones entre posts y reels en Facebook.
- 483 publicaciones entre posts y reels en Instagram.
- 3.768 publicaciones en X/Twitter
- 319 publicaciones en LinkedIn
- 103 videos en TikTok
- 192 videos en YouTube
- Se han realizado 107 Lives a través de las distintas redes sociales de la Dirección General (X, Facebook, Instagram, TikTok y LinkedIn).
- Se apoyaron más de 40 campañas y/o sinergias digitales entre las que se destacan lanzamiento de la estrategia CampeSENA, lanzamiento de ofertas de formación, convocatoria Mujer, convocatoria Fondo Emprender, Expoempleo, tejido de paz, actos de fe, y Rendición de Cuentas.
- Se llevó a cabo la actualización del manual de redes sociales y las actas de entrega de estas.
- Se realizaron informes del impacto de las campañas relacionadas con el plan estratégico de la oficina y el Plan Nacional de Desarrollo.
- Se gestionó la verificación de varias cuentas de redes sociales institucionales a nivel nacional.
- Una campaña con validadores de contenido digital en distintos puntos del país para promover las ofertas de formación del SENA.

Para llevar a cabo estas actividades y logros, la línea digital en la vigencia 2024 estará conformada por cuatro roles, entre los que se encuentra un dinamizador digital que proyecta y ejecuta la estrategia digital, además de gestionar todas las solicitudes que se requieren divulgar en las redes sociales, y 3 community manager que apoyan el proceso de administración, producción y gestión de contenido para las distintas redes sociales del SENA.

8. Grupo de prensa

Para la vigencia 2023 desde la función de coordinar el diseño e implementación de la Estrategia Nacional de Comunicaciones de la Entidad en sus componentes interno, externo, digital, imagen

corporativa y accesibilidad, el grupo de prensa apoyó la actualización de los documentos y manuales relacionados con el proceso de comunicaciones.

Igualmente, de acuerdo con los resultados y aportes de los dinamizadores regionales a los indicadores nacionales, se programaron talleres de actualización y orientación sobre las dinámicas y procedimientos establecidos en comunicaciones, con las regionales: Distrito Capital, Cundinamarca, Casanare, Atlántico, Magdalena, Boyacá, Amazonas, Santander, Chocó, Guainía, Magdalena, Vichada, Caquetá, Vichada y Vaupés. En cuanto a las regionales cuyo rendimiento no fue el adecuado e impactaba negativamente el indicador nacional se realizaron reuniones con los comunicadores, profesionales SIGA, directores regionales, el jefe de comunicaciones, la asesora de planeación y la coordinadora del Grupo de Prensa para revisar oportunidades de mejora. Como resultado de estas mesas de trabajo se generó cambio de dinamizador en las regionales Meta, Vaupés, Norte de Santander.

Además, este grupo apoyó las diferentes líneas de trabajo, acompañando la actualización de manuales relacionados con el proceso de comunicaciones, así mismo, dependiendo el resultado y aporte de las regionales a los indicadores se programaron unos talleres de actualización y orientación sobre las dinámicas y procedimientos, a la fecha se han realizado actividades en las regionales: Distrito Capital, Cundinamarca, Casanare, Atlántico, Magdalena, Boyacá, Amazonas, Santander, Chocó y Guainía.

Necesidades para la vigencia 2024

Para la vigencia 2024, las líneas anteriormente mencionadas a través de la estrategia denominada “Plan Nacional de Comunicaciones”, llevaran a cabo hasta el 31 de diciembre del 2024 entre otros, los siguientes proyectos y actividades:

- **Noticiero SENA Comunica**: Desde la vigencia 2023 se trasmite por medio de YouTube y las redes sociales institucionales el programa SENA Comunica como un formato de noticiero en el cual, con un trabajo articulado con los equipos de comunicaciones de las regionales, se divulgan las actividades relevantes de la Entidad cada semana. Además, este programa aporta a los indicadores de inclusión y enfoque diferencial ya que cuenta con la interpretación en lengua de señas y subtítulos. Para la vigencia 2024 se planean emitir estos programas desde el mes de febrero hasta el mes de diciembre.
- **Revista digital**: Se planea realizar y publicar periódicamente una revista digital en la cual se encuentren las actividades, logros y eventos más destacados del SENA a nivel nacional.
- **Planes de medios de comunicación nacionales y regionales**: Teniendo en cuenta que el SENA es una de las instituciones con mayor presencia a nivel nacional y que llega a las regiones de la Colombia profunda, es deber de la Entidad comunicar sus servicios en todos los rincones del territorio nacional. De esta manera, y buscando dar cumplimiento a lo anterior, es importante que la implementación de dichas estrategias, de apropiación y de comunicación, contemple en su desarrollo medios masivos, alternos y comunitarios para

garantizar que el mensaje SENA llegue a las poblaciones más apartadas del territorio. Es por ello, que la Oficina de Comunicaciones realizará acciones como las pautas en medios digitales, ATL y BTL, así como el monitoreo de medios, free press en medios tradicionales y alternativos y la medición de impactos. Además, usará herramientas de optimización digital, así como el apoyo de validadores e influenciadores.

- **Publicación de Avisos de ley:** La Oficina de Comunicaciones por medio de los contratos de bienes y servicios garantiza las publicaciones en periódicos de alta circulación de edictos, remates y demás avisos reglamentarios a los que está ligado la Entidad.
- **Eventos propios, de terceros y de Ley**: La Oficina de Comunicaciones por medio de un contrato de operación logística, atenderá los eventos priorizados del SENA, de ley y de terceros a nivel nacional, así como aquellas actividades que tengan transferencia de conocimientos para los aprendices, empresarios, instructores y ciudadanía en general. Estos eventos, actividades de movilización y las acciones estratégicas que se desarrollen en el territorio nacional, son claves para impulsar la comunicación y la presencia en todos los rincones del país.
- Realizar al menos una vez en la vigencia 2024, una **investigación sobre la percepción de la comunicación interna y externa**, así como la evaluación de su impacto mediante encuestas a los grupos de interés de la Entidad.
- **Estrategias de comunicación interna, externa y digital:** en los primeros dos meses de cada vigencia, es necesario establecer el plan de trabajo y los lineamientos para ejecutar por el resto de la vigencia la comunicación ante los públicos internos y externos, así como la comunicación por medio de las redes sociales y plataformas digitales. Esta actividad la desarrollan los profesionales y dinamizadores de la Oficina.
- **Procesos administrativos:** Como cada oficina y dirección, esta oficina realiza distintos procesos administrativos, de planeación, presupuesto y contratación para su correcto funcionamiento.
- Gestionar todas las solicitudes y necesidades de la Entidad referente a la comunicación de sus servicios, proyectos, actividades y logros.
- Desarrollar la identidad musical del SENA teniendo en cuenta las estrategias del gobierno nacional enfocadas en la Entidad, esto por medio de la realización de **audio Brand**.

Para ejecutar estos proyectos y actividades, es necesario contar durante toda la vigencia 2024 con un equipo interdisciplinario conformado por comunicadores sociales, periodistas, diseñadores, realizadores, graficadores, community manager, administrativos e interprete en lengua de señas.

Es importante resaltar que la Oficina de Comunicaciones de la Dirección General, en aras de dar cumplimiento a la normatividad vigente de inclusión y que así mismo la Constitución Política en su artículo 13 establece el derecho a la igualdad, el artículo 20 determina el derecho de las personas a expresar sus pensamientos y opiniones, así como el de recibir información verás e imparcial y el artículo 47 da a conocer la obligación del Estado de adelantar políticas de previsión, rehabilitación e integración social para los disminuidos físicos, sensoriales y psíquicos. Así mismo, la ley 982 de 2005, en su artículo 13 determina que “el Estado asegurará a las personas sordas, sordo ciegas e

hipo acusicas el efectivo ejercicio de su derecho a la información en sus canales nacionales de televisión abierta, para lo cual implementará la intervención de Intérpretes de Lengua de Señas, closed caption y subtítulos, en los programas informativos, documentales, educacionales (…) dirigidos a la ciudadanía"; de igual forma en su artículo 8 menciona que "las entidades estatales de cualquier orden, incorporan paulatinamente dentro de los programas de atención al cliente, el servicio de intérprete y guía intérprete para las personas sordas y sordo ciegas que lo requieran de manera directa o mediante convenios con organismos que ofrezcan tal servicio (…)".

De igual forma, el artículo 16 de la ley 1618 de 2013, señala que todas las personas con discapacidad auditiva y sordo ceguera tienen derecho al ejercicio efectivo del derecho a la información y a acceder a las comunicaciones en igualdad de condiciones, y para ello las entidades competentes desarrollaran programas que faciliten el acceso a las Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de las personas con discapacidad, especialmente en las instituciones educativas, así como promover estrategias de información y comunicación permanentes, para incidir en el cambio de imaginarios sociales e individuales acerca de las potencialidades y capacidades de las personas con discapacidad auditiva y sordo ceguera.

Por otro lado, la ley 1712 del 2014 "por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones", establece que las entidades públicas deben realizar productos de comunicación accesibles a la población con discapacidad auditiva, permitiendo que los mensajes de la Entidad lleguen con lengua de señas a la población sorda.

En ese orden de ideas, en aras de implementar la política pública para la inclusión de la población en situación de discapacidad auditiva, y la Política Institucional de Atención a Personas con Discapacidad SENA, los productos de comunicación en especial los audiovisuales que desarrolla la Oficina de Comunicaciones deben implementar las medidas que sean necesarias para que la misma información llegue a todas las personas por igual, sin importar su condición.

Es así como la Oficina de Comunicaciones con su línea audiovisual, da lineamientos y vela a nivel nacional por los productos de comunicación audiovisual que se divulgan desde la Entidad para comunicar asertiva y oportunamente los servicios, proyectos, actividades y logros de la Entidad por medio de los canales de comunicación oficiales del SENA. Las actividades que realiza esta línea entre otra comprenden la toma de fotografías, videos, y edición de estos implementando en estos subtítulos y la interpretación de lenguaje de señas colombiano, así como el cubrimiento de actividades y eventos, teniendo en cuenta el "Instructivo productos audiovisuales" con código GC-I-011 en la plataforma compromiso.

Por lo anterior, y considerando que la Oficina de Comunicaciones solo cuenta con los siguientes cargos en la planta de personal: 1 profesional Grado 7, tres técnicos Grado 2, un técnico Grado 3, un auxiliar Grado 1, la coordinadora de prensa, además del Jefe de Oficina; resulta necesaria la contratación de un intérprete de señas colombiana con aprobación del nivel Intermedio 1 en el

manejo de la lengua de señas colombiana, con certificación expedida por FENASCOL, sin embargo, en caso de no certificar dicho nivel, debe presentar la evaluación de competencias lingüísticas en Lengua de Señas Colombianas, de FENASCOL, o una certificación de asociación de sordos o asociación de intérpretes debidamente constituida, en donde se reconozca como persona idónea para prestar servicios de interpretación.

Tratándose de actividades en las que prima el intelecto y requiriendo personal con un grado de conocimiento especializado o no existiendo o siendo insuficiente la planta de personal adoptada por el Gobierno Nacional y asignada a la Oficina de Comunicaciones, la alternativa legal con que cuenta la entidad para suplir la necesidad temporal que tiene, es mediante la celebración de un contrato de prestación de servicios personales con una persona natural, que esté en capacidad de ejecutar el objeto del contrato y que demuestre la idoneidad y la experiencia directamente relacionada, conforme a las especificaciones que se indican en este documento, lo anterior conforme al artículo 32 – numeral 3 de la Ley 80 de 1993, que establece: "*Son contratos de prestación de servicios los que celebren las entidades estatales para desarrollar actividades relacionadas con la administración o funcionamiento de la entidad. Estos contratos sólo podrán celebrarse con personas naturales cuando dichas actividades no puedan realizarse con personal de planta o requieran conocimiento especializados. // En ningún caso estos contratos generan relación laboral ni prestaciones sociales y se celebrarán por el término estrictamente indispensable*".

2. Obligaciones Específicas:

a) Apoyar la implementación del lenguaje de señas colombiana en la realización de productos audiovisuales generados por la Oficina de Comunicaciones durante la vigencia 2024.
b) Asistir de manera oportuna a todos los eventos y actividades presenciales del SENA que requieran un intérprete de lenguaje de señas, según solicitud de la Oficina de Comunicaciones.
c) Acompañar la interpretación al lenguaje de señas para todos los eventos y actividades de carácter digital que desarrolle la Oficina de Comunicaciones durante la vigencia 2024.
c) Participar en las reuniones a las que sea citado de manera oportuna y eficiente a través de correo electrónico institucional y/o en las citadas de la plataforma CompromISO de la Entidad, así mismo cumplir con los lineamientos del sistema integrado de gestión en todos los módulos, que le sean requeridos por el Dinamizador SIGA, con el propósito de dar cumplimiento a las metas e indicadores de la Oficina de Comunicaciones en su vigencia 2024.
d) Apoyar eficientemente con la realización de todas aquellas actividades que le sean solicitadas por el jefe de la Oficina de comunicaciones y por el supervisor de su contrato que le sea designado de conformidad con el objeto contractual y la misionalidad de la oficina de comunicaciones en su vigencia 2024.

3. Identificación del Contrato a Celebrar:

El contrato por suscribir es de prestación de servicios profesionales o de apoyo a la gestión teniendo en cuenta los artículos 32 – numeral 3 de la Ley 80 de 1993, 2 – literal h) del numeral 4 de la Ley 1150 de 2007 y el artículo 2.2.1.2.1.4.9 del Decreto 1082 de 2015.

De conformidad con las normas mencionadas, este contrato en ningún caso genera relación laboral ni prestaciones sociales, no tiene subordinación y se celebrará por el término estrictamente indispensable.

4. Competencias Técnicas y Personales:

La persona natural deberá ejecutar el objeto del contrato a partir de los conocimientos y experiencia relacionada descritos en el presente estudio previo, además de contar con buenas relaciones interpersonales con clientes internos y/o externos, uso eficaz de las tecnologías de la información y de la comunicación, capacidad de trabajo en equipo y liderazgo.

5. Domicilio Contractual:

El domicilio contractual será Bogotá D.C.

6. Fundamentos jurídicos que soportan la modalidad de selección:

EI objeto que se requiere contratar corresponde a la prestación de servicios personales, que de conformidad con lo establecido por el artículo 32 - numeral 3 de la Ley 80 de 1993 y el literal h) del numeral 4 del artículo 2 de la Ley 1150 de 2007 y el artículo 2.2.1.2.1.4.9 del Decreto 1082 de 2015, se celebrará bajo la modalidad de Contratación Directa.

7. Justificación valor del contrato:

El valor de los honorarios se determina de acuerdo con los criterios de selección objetiva establecidos conforme a la necesidad, al objeto, las obligaciones descritas en este documento, la formación académica y la experiencia exigida para la idónea ejecución del contrato, en concordancia con el Plan de Acción de la Entidad, el presupuesto asignado a la dependencia, el Plan Anual de Adquisiciones y la tabla de honorarios vigente.

Para poder adelantar por parte del SENA los trámites administrativos de pago, el contratista debe acreditar previamente el cumplimiento de los requisitos de pago, tales como la certificación expedida por el supervisor del contrato en la que acredite el cumplimiento del objeto y obligaciones del contrato en el respectivo periodo y la cancelación de los aportes a la seguridad social como salud, pensión y riesgos laborales y demás documentos necesarios para el pago.

En caso de requerirse el desplazamiento del contratista a otras ciudades o municipios diferentes al domicilio contractual para el cumplimiento del objeto contractual, el SENA pagará los gastos que

cause el desplazamiento de conformidad con lo establecido en el acto administrativo vigente.

8. Análisis de riesgos y forma de mitigarlos:

Una vez analizada la matriz de riesgos anexa a este estudio previo respecto del cumplimiento del contrato a celebrar, y en aras de salvaguardar el interés patrimonial, la Entidad solicitará al futuro contratista constituir una garantía de cumplimiento del contrato.

9. Garantías que debe asumir el contratista:

EI contratista deberá constituir a su costa y a favor del SENA, una garantía de cumplimiento sobre el 10% del valor total del contrato, en los términos señalados en el decreto 1082 de 2015.

10. Supervisión:

La supervisión del contrato estará a cargo de: José Guillermo Martin Jiménez, Técnico Grado 03 de la Oficina de Comunicaciones o quien designe el ordenador del gasto.

En caso de ausencia parcial o total del supervisor, la misma será asumida por quien ocupe el cargo, sin necesidad de documento adicional alguno. Si no se da la situación anterior, el ordenador del gasto, Jefe de la Oficina de Comunicaciones, designará uno nuevo, para lo cual no se requerirá de modificación contractual y la nueva designación se deberá realizar en la plataforma de SECOP II.

11. Proceso de contratación incluido en el plan de adquisiciones: SI_X__ NO_____

12. Criterios para seleccionar la oferta más favorable:

De conformidad con el artículo 2.2.1.2.1.4.9 del Decreto 1082 de 2015, "*por tratarse de contratos de prestación de servicios profesionales y de apoyo a la gestión, o para la ejecución de trabajos artísticos que solo pueden encomendarse a determinadas personas naturales, no es necesario que la entidad estatal haya obtenido varias ofertas*".

13. Análisis del Sector:

De acuerdo con el artículo 2.2.1.1.1.6.1. del Decreto 1082 de 2015 y la Guía para la Elaboración de Estudios de Sector G-EES-02 de Colombia Compra Eficiente, el análisis del sector en un contrato de prestación de servicios profesionales o de apoyo a la gestión, depende del objeto y de las condiciones de idoneidad y experiencia que llevan a contratar a la persona natural, conforme a lo indicado en la primera parte del presente documento.

13.1 Idoneidad y experiencia.

De acuerdo con los soportes de idoneidad y experiencia allegados por el señor David Ernesto Calero Cermeño, se procede al análisis y verificación de los documentos y en consecuencia se certifica lo siguiente:

IDONEIDAD		
La siguiente verificación, se realiza atendiendo lo establecido en los estudios previos.	FORMACIÓN ACADEMICA	
	CUMPLE	NO CUMPLE
	X	

EXPERIENCIA					EXPERIENCIA RELACIONADA	
ENTIDAD	Fecha de Ingreso (DD/MM/AAAA)	Fecha de Retiro (DD/MM/AAAA)	Meses	Días	SI	NO
SENA	03-08-20	24-12-20	4.77	143	X	
SENA	02-09-19	18-12-19	3.57	107	X	
FENASCOL	04-02-19	03-05-19	2.93	88	X	
FENASCOL	20-02-18	31-12-19	22.63	679	X	
FENASCOL	23-02-17	30-12-17	10.33	310	X	
					CUMPLE	NO CUMPLE
TOTAL, EXPERIENCIA					X	

13.2 Estudio de la Oferta.

La Corte Constitucional, en Sentencia C-614 del 2009, señaló que el ejercicio de funciones permanentes en la Administración Pública debe hacerse con personal de planta y que todo vínculo contractual para el desempeño de funciones permanentes y propias del objeto de la entidad contratante debe ser retirado de la dinámica laboral administrativa, debido a que desdibuja el concepto de contrato estatal, vulnera derechos laborales y el artículo 125 de la Constitución Política que exige el mérito para el ingreso y permanencia al empleo público.

El uso de la modalidad del contrato de prestación de servicios resulta adecuado si se celebra en total observancia a la normativa que la regula, en el marco de la jurisprudencia de las Altas Cortes, pero también es cierto que, a pesar de las múltiples medidas adoptadas en materia de gestión y normativas, persiste el uso de esta modalidad para cumplir funciones de carácter permanente.

Es por ello que en el mercado colombiano existen múltiples profesionales y expertos en diferentes materias que prestan sus servicios a diversas entidades y cuyo objeto y obligaciones son similares a las que aquí se pretende contratar.

Sin embargo, una vez analizada la hoja de vida del señor (a) David Ernesto Calero Cermeño, frente al objeto contractual, las obligaciones y la necesidad que se pretende satisfacer, el ordenador del gasto, jefe de la oficina de comunicaciones establece que cumple

13.3 Estudio de la Demanda.

De conformidad con la información presentada por la Contraloría General de la Republica el 18 de noviembre de 2018 en el encuentro nacional para la formalización para el empleo público, a 31 de agosto de 2022, las entidades públicas contaban con 885.740 contratos prestadores de servicios personales.

Para el presente contrato se tuvo como referente los siguientes contratos históricos de la Entidad, en los que se desarrollaron objetos y honorarios similares:

No. y año	Contratista	Objeto del contrato	Plazo	Valor contrato y forma de pago	Modalidad de selección
4606686 del 2023	David Ernesto Calero Cermeño	Prestar servicios de apoyo a la gestión de carácter temporal para implementar el Lenguaje de Señas Colombiana en los contenidos audiovisuales y acciones comunicacionales que requiera la Oficina de Comunicaciones del SENA durante la vigencia 2023.	31/12/2023	$ 29.700.000,00	Contratación directa
3164385 del 2022	David Ernesto Calero Cermeño	Prestar servicios personales de carácter temporal como intérprete de Lenguaje de Señas Colombiana, para apoyar todos los eventos y actividades realizadas por la	27/12/2022	$ 25.230.810,00	Contratación directa

		Oficina de Comunicaciones y las direcciones misionales, y así mismo realizar apoyo en lenguaje de señas a todas las piezas audiovisuales generadas por la Oficina de Comunicaciones.			

14. Recomendación al Ordenador del Gasto:

Que revisada y validada la documentación presentada por el futuro contratista en el SIGEP II y verificado el cumplimiento de los requisitos de capacidad, idoneidad y/o experiencia requerida para la prestación del servicio y el cubrimiento de la necesidad reportada, se recomienda la contratación al ordenador (a) del gasto, sin que sea necesario haber obtenido previamente varias ofertas, así mismo se verificó el cumplimiento de los topes, alternativas o exoneraciones establecidas en la tabla de honorarios vigente.

Se expide en la ciudad de Bogotá

Luis Arturo Páez Murillo

Firmado digitalmente por Luis Arturo Páez Murillo
Fecha: 2024.01.26 08:46:49 -05'00'

Luis Arturo Páez Murillo
Jefe de la Oficina de Comunicaciones

Proyectó: Angela María Poveda Salamanca -Profesional apoyo administrativo de la Oficina de Comunicaciones

Angela Poveda