Villavicencio, 31 de julio de 2025

Doctor:
TULIO MONTENEGRO SILVA
Supervisor
Secretaría de Ambiente
GOBERNACIÓN DEL META

ASUNTO: INFORME N°5 DE ACTIVIDADES EJECUTADAS EN EL **PERIODO 21 DE JUNIO AL 20 DE JULIO DE 2025**

INFORME DE ACTIVIDADES

CONTRATO No.:	**0579 de 2025**
CLASE DE CONTRATO:	**PRESTACIÓN DE SERVICIOS PROFESIONALES**
CONTRATISTA:	**CESAR ENRIQUE VILLAR ROJAS**
OBJETO:	**FORTALECER LA EDUCACIÓN AMBIENTAL A TRAVES DE 30 CAMPAÑAS PERMANENTES, MEDIANTE LA DIFUSIÓN SOCIAL EN MACRO Y MICRO MEDIOS, EN EL DEPARTAMENTO DEL META.**
CONDICIONES INICIALES	
VALOR DEL CONTRATO:	**CATORCE MILLONES QUINIENTOS MIL PESOS, MCTE ($14.500.000)**
PLAZO DE EJECUCIÓN:	**CINCO (5) MESES**
FECHA DE INICIO:	**21 DE FEBRERO DE 2025**

A continuación, se dan a conocer las actividades realizadas durante el PERIODO No. 5 Del 21 de JUNIO al 20 de JULIO de 2025, para su respectiva certificación y cobro.

Durante el periodo antes mencionado se realizaron las siguientes actividades:

OBLIGACION ESPECIFICA No. 1

No. 1	**Elaboración y entrega de un plan de acción y cronograma sobre las diferentes actividades a desarrollar dentro del objeto del contrato, previa aprobación del supervisor.**

Por medio del siguiente cuadro, registré cronograma a ejecutar en el periodo de 21 de junio al 20 de julio del presente año, indicando las distintas actividades realizadas dentro del objeto del contrato.

Anexo:

FECHA	ACTIVIDADES REALIZADAS
20/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre Seguimos acompañando el fortalecimiento de los PRAE, de Lejanías
20/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre una jornada de capacitación en normativa sanitaria y rotulado de alimentos para emprendedores de Negocios Verdes.
20/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre el 4to Festival del Agua en Cumaral, un espacio para reflexionar sobre la importancia de nuestro líquido vital
20/06/2025	Se realizó Boletín de Prensa sobre Meta, ratificado como presidente del Sistema Regional de Áreas Protegidas de la Orinoquia, y publicación en la página web.

FECHA	ACTIVIDADES REALIZADAS
27/06/2025	Asistencia a Consejo de Redacción en comunicaciones.
24/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre acompañamiento a la Asamblea del Meta, informe de gestión.
28/06/2025	Se realizó publicación en redes sociales Día Mundial del Árbol.
07/07/2025	Se realizó publicación en redes sociales Día de Cacao.
11/07/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre la jornada de Bienestar animal en Acacias.
11/07/2025	Se realizó publicación en redes sociales sobre sociabilización de Código de Colores en Acacias.
12/07/2025	Se realizó Boletín de Prensa sobre, Jornadas de educación ambiental y salud animal en barrios y albergues de Acacías.
17/07/2025	Asistencia a Consejo de Redacción en comunicaciones.
18/07/2025	Se realizó texto para cuñas radiales externas e internas de Bienestar Animal.
18/07/2025	Se apoyó con producción cuñas radiales externas e internas de Bienestar Animal.
19/06/2025	Se realizó texto para cuñas radiales externas e internas de protección de predios.
20/06/2025	Se apoyó con producción cuñas radiales externas e internas de protección de predios.

No. 2	**Apoyar la realización de 30 campañas de educación ambiental para la difusión de las actividades que desarrolle la secretaria de Ambiente.**

En mi función de contratista, apoyé en la realización de 11 campañas de educación ambiental para la difusión de las actividades desarrolladas por la Secretaría de Ambiente en el periodo de 21 de junio al 20 de julio del presente año así:

Anexo:

Nombre de la Campaña: Campaña "Fortalecimiento de los PRAE en Lejanías"

Objetivo:
Fortalecer la educación ambiental en la Institución Educativa de Lejanías mediante la sensibilización sobre protección del medio ambiente, la socialización de la Ley 2111 de 2021 (delitos contra los recursos naturales) y la enseñanza práctica de la creación de cápsulas de vida, fomentando la participación estudiantil en acciones de restauración ecológica.

Público objetivo:
Estudiantes y docentes de la Institución Educativa de Lejanías y audiencia digital interesada en prácticas sostenibles, educación ambiental y restauración ecológica sensibilizada con piezas gráficas y audiovisuales.

Análisis del público en redes sociales:
La campaña fue difundida activamente a través de las plataformas oficiales de la Gobernación del Meta (Instagram, Facebook y Twitter/X), utilizando recursos visuales y educativos, Publicaciones con imágenes de la jornada educativa donde obtuvieron reacciones positivas, especialmente por combinar educación, participación y creatividad.

Conclusión:
La campaña "Fortalecimiento de los PRAE en Lejanías" consolidó la educación ambiental como un eje central de la política pública, promoviendo en estudiantes y docentes valores de corresponsabilidad, restauración y respeto por los recursos naturales. La articulación entre teoría (normativa ambiental) y práctica (cápsulas de vida) generó alto nivel de recordación y motivación, mientras que la difusión en redes amplificó el alcance institucional.

Contenidos:

	Twitter (X) https://x.com/GobMeta/status/1935852063906574643

Nombre de campaña: Capacitación en Normativa Sanitaria y Rotulado para Negocios Verdes

Objetivo:
Brindar a los emprendedores de Negocios Verdes conocimientos técnicos sobre normativa sanitaria y rotulado de alimentos, con el fin de garantizar productos seguros, competitivos y sostenibles, fortaleciendo la economía verde en el departamento.

Público objetivo:
Emprendedores de Negocios Verdes del Meta, especialmente del sector agroalimentario usuarios digitales interesados.

Análisis del público en redes sociales:
La campaña se difundió activamente a través de las plataformas oficiales de la Gobernación del Meta, priorizando mensajes educativos y visuales:

Instagram y Facebook:
Las publicaciones destacaron la articulación interinstitucional y la capacitación técnica, generando reacciones positivas entre emprendedores y usuarios interesados en negocios sostenibles.

Twitter (X):
El mensaje fue amplificado gracias a la mención de @invimacolombia y @Cormacarena, logrando mayor alcance en redes de aliados institucionales.

Conclusión:
La jornada de capacitación en normativa sanitaria y rotulado de alimentos fortaleció las capacidades empresariales de los emprendedores verdes, alineando sostenibilidad ambiental con cumplimiento normativo y estándares de calidad. La estrategia digital permitió dar visibilidad a la alianza institucional, promoviendo confianza y respaldo a iniciativas que transforman el territorio mediante producción responsable.

Contenido



Twitter (X)

https://x.com/GobMeta/status/1936103977214513568

Nombre de campaña: Campaña "4to Festival del Agua en Cumaral"

Objetivo:
Promover la educación ambiental y la cultura del cuidado del agua a través de un evento participativo que incluye charlas pedagógicas, muestras de biodiversidad y actividades lúdicas, sensibilizando a la comunidad sobre la importancia de conservar este recurso vital.

Público objetivo:
Comunidad educativa, niños, jóvenes y familias del municipio de Cumaral, líderes comunitarios, organizaciones ambientales y autoridades locales y audiencia digital interesada en sostenibilidad, biodiversidad y recursos hídricos.

Análisis del público en redes sociales:
Instagram:
Las publicaciones en historias con imágenes del festival, incluyendo actividades con niños y muestras ambientales, obtuvieron alta interacción y comentarios positivos por su carácter educativo y comunitario.

Twitter (X):
El mensaje institucional fue reforzado con hashtags ambientales (#FestivalDelAgua, #CuidemosElAgua) y menciones a entidades aliadas, logrando buena difusión entre cuentas oficiales y ciudadanía.

Conclusión:
El 4to Festival del Agua en Cumaral fue una actividad con fuerte impacto educativo y social, al integrar pedagogía, recreación y cultura ambiental en torno al recurso hídrico. La articulación institucional y la participación ciudadana consolidaron este espacio como un referente en la promoción del uso responsable del agua y la conservación de la biodiversidad. La estrategia digital amplificó el mensaje, generando conciencia más allá del ámbito local.

Contenido

	Twitter (X) https://x.com/GobMeta/status/1936218604757766631

Nombre de la Campaña: Campaña Informe de Gestión: Conservación y Monitoreo Ambiental en el Meta

Objetivo:
Socializar ante la Asamblea Departamental los avances de la Secretaría de Ambiente del Meta en la implementación de acciones concretas para la conservación de ecosistemas estratégicos, mediante la gestión de 259 acuerdos vigentes, la realización de 18 visitas de campo y 18 análisis SIG, fortaleciendo la gobernanza ambiental y la protección de los recursos naturales.

Público objetivo:
Diputados de la Asamblea del Meta, Entidades de control, medios de comunicación regionales, líderes sociales y Ciudadanía interesada en gestión ambiental y transparencia institucional, audiencia digital en redes oficiales.

Análisis del público en redes sociales:
(X):
La publicación con cifras concretas tuvo buena acogida entre medios locales y usuarios que siguen la agenda ambiental y política. El uso de hashtags (#MetaVerde, #GestiónAmbiental) y menciones institucionales reforzó el posicionamiento.

Conclusión:
El Informe de Gestión en la Asamblea del Meta posicionó a la Secretaría de Ambiente como una entidad comprometida con la conservación y monitoreo de ecosistemas estratégicos mediante resultados verificables. La combinación de acciones en territorio y tecnología SIG fortaleció la confianza ciudadana y la gobernanza ambiental. La estrategia comunicativa permitió amplificar los avances institucionales, generando respaldo y legitimidad ante actores políticos y la comunidad.

Contenido

	Twitter (x) https://x.com/GobMeta/status/1937555290141958345

Nombre de la campaña: Campaña "Día Mundial del Árbol"

Objetivo:
Conmemorar el Día Mundial del Árbol mediante jornadas simultáneas de reforestación en varios municipios del Meta, sensibilizando a la comunidad sobre la importancia de los árboles en la regulación climática, protección del agua y biodiversidad. La acción buscó fortalecer la cultura ambiental y la participación comunitaria frente al cambio climático y la deforestación.

Público objetivo:
Comunidades rurales, estudiantes, organizaciones comunitarias y líderes locales y Ciudadanía digital interesada en iniciativas verdes, cambio climático y restauración ecológica.

Análisis del público en redes sociales:
Instagram y Facebook:
Las publicaciones con fotografías y videos de la sembratón tuvieron alto nivel de interacción orgánica, generando comentarios positivos sobre la acción comunitaria y la unión interinstitucional.

(X):
El uso de etiquetas como #DíaDelÁrbol, #MetaVerde y menciones a entidades aliadas permitió un buen alcance y fortaleció la percepción de compromiso colectivo por el ambiente.

Conclusión:
La campaña del Día Mundial del Árbol tuvo un impacto social y ambiental significativo, logrando integrar acciones prácticas de reforestación con educación ambiental y participación comunitaria. Esta iniciativa fortaleció la conciencia ciudadana sobre la urgencia de enfrentar la deforestación y posicionó a la Secretaría de Ambiente del Meta como un actor clave en la restauración ecológica. La estrategia digital amplificó la campaña, fomentando una percepción positiva y generando apoyo a futuras acciones similares.

Contenido:

	Twitter (x) https://x.com/GobMeta/status/1938921308835709401

Nombre de la campaña: Campaña "Día del Cacao en el Meta"

Objetivo:
Conmemorar el Día del Cacao promoviendo su producción sostenible, destacando su importancia económica, cultural y ambiental para el Meta. La campaña tuvo como propósito fortalecer los Negocios Verdes, incentivar el consumo responsable y posicionar el cacao como un producto asociado a la conservación de los ecosistemas y al desarrollo rural sostenible.

Público objetivo:
Productores de cacao, asociaciones campesinas, emprendedores agroindustriales, Audiencia digital interesada en productos sostenibles, gastronomía local y economía verde.

Análisis del público en redes sociales:

(X):
El mensaje institucional se difundió con hashtags como #DíaDelCacao, #NegociosVerdes, logrando interacciones con gremios agrícolas y cuentas de desarrollo sostenible.

Conclusión:
La campaña del Día del Cacao no solo visibilizó la importancia de este producto como motor económico sostenible, sino que también fortaleció la conexión entre producción agroecológica y conservación ambiental. La articulación con productores y aliados institucionales proyectó al Meta como un territorio que impulsa la agricultura sostenible y contribuye a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 12 y 15). La estrategia digital amplificó el impacto, generando orgullo territorial y motivando el consumo consciente.

Contenido

	**Twitter (X)** https://x.com/GobMeta/status/1942228695575400648

Nombre de la campaña: Campaña "Acciones por el Bienestar Animal en Acacías"

Objetivo:
Fortalecer el bienestar animal en Acacías mediante la entrega de 120 kilos de alimento y la realización de jornadas de desparasitación en albergues municipales, contribuyendo a la salud y protección de animales en situación de vulnerabilidad, en cumplimiento de las políticas departamentales de protección animal.

Público objetivo:
Albergues y cuidadores de animales en Acacías.

Análisis del público en redes sociales:
(X):
El mensaje tuvo buen alcance con hashtags como #BienestarAnimal y menciones a la Alcaldía de Acacías, fortaleciendo la articulación institucional y el posicionamiento de la Secretaría como garante de la protección animal.

Conclusión:
La campaña en Acacías por el bienestar animal generó un impacto positivo en la salud y calidad de vida de animales en condición de vulnerabilidad, fortaleciendo la relación con albergues y organizaciones comunitarias. La estrategia comunicativa amplificó el mensaje, posicionando a la Secretaría de Ambiente como líder en la implementación de acciones reales y sostenibles en favor de la protección animal, con un componente social y ambiental articulado.

Contenido:

	Twitter (X) https://x.com/GobMeta/status/1943727172901871816

Nombre de la campaña: Campaña Sensibilización Ambiental: Código de Colores para la Separación de Residuos"

Objetivo:
Promover la correcta separación de residuos en la fuente mediante jornadas de sensibilización puerta a puerta, explicando el código de colores establecido en la Resolución 2184 de 2019, fortaleciendo la cultura ambiental, el manejo adecuado de residuos y la economía circular en el municipio de Acacías.

Público objetivo:
Habitantes de Acacías, especialmente familias en zonas urbanas, Líderes comunitarios, asociaciones de recicladores, entidades educativas, Audiencia digital interesada en buenas prácticas ambientales y reciclaje.

Análisis del público en redes sociales:

Instagram:
Publicaciones con imágenes del equipo sensibilizando puerta a puerta y mostrando el código de colores generaron comentarios positivos y preguntas sobre su aplicación, demostrando interés ciudadano.

Twitter (X):
El mensaje con menciones a Gobierno Presente y el uso de etiquetas como #CulturaAmbiental y #CódigoDeColores tuvo alcance en cuentas institucionales y usuarios comprometidos con la gestión de residuos.

Conclusión:
La campaña en Acacías para la correcta separación de residuos en la fuente logró fortalecer la conciencia ciudadana sobre el manejo de residuos y la implementación del código de colores, contribuyendo a la economía circular y al cumplimiento de la normativa ambiental. La acción puerta a puerta generó un impacto directo en la comunidad, mientras que la estrategia digital amplificó el alcance, promoviendo el cambio de hábitos y la responsabilidad compartida.

Contenido:

	(X) https://x.com/GobMeta/status/1943727643259527404

Nombre de la Campaña: Campaña "Meta ratificado como presidente del Sistema Regional de Áreas Protegidas (SIRAP) Orinoquia"

Objetivo:
Informar y posicionar el liderazgo del Meta en la conservación y gobernanza de las áreas protegidas de la Orinoquia, destacando su ratificación como presidente del SIRAP, lo que consolida el compromiso departamental en la articulación de políticas, planes y acciones estratégicas para la biodiversidad y la sostenibilidad regional.

Público objetivo:
Instituciones ambientales, autoridades territoriales, actores del SIRAP y aliados estratégicos, líderes comunitarios, organizaciones ambientales, academia y sectores productivos, audiencia digital interesada en biodiversidad, áreas protegidas y gobernanza ambiental.

Análisis del público en redes sociales:
Instagram y Facebook:
Las publicaciones destacando el liderazgo del Meta en el SIRAP Orinoquia, acompañadas de imágenes institucionales y mensajes sobre conservación, generaron alta interacción y reconocimiento de la gestión regional.

(X):
El mensaje con menciones a @ParquesColombia y hashtags como #SIRAPOrinoquia, #MetaVerde, amplificó el alcance y fortaleció el posicionamiento institucional a nivel nacional.

Boletín de prensa:
Profundizó en la relevancia estratégica del SIRAP y el impacto que tendrá para la planificación territorial y la protección de ecosistemas en el Meta y la Orinoquia.

Conclusión:
La ratificación del Meta como presidente del SIRAP Orinoquia consolidó su papel como líder regional en conservación y sostenibilidad, fortaleciendo la articulación interinstitucional y el desarrollo de políticas que protejan la biodiversidad. La estrategia de comunicación logró proyectar este logro como un hito institucional, generando confianza y reconocimiento social.

Contenidos:

	**Boletín y pagina web** https://meta.gov.co/noticias/meta,-ratificado-como-presidente-del-sistema-regional-de-%C3%A1reas-protegidas-de-la-orinoquia/3746

Nombre de la campaña: Campaña "¡Un pacto por la vida! Inicio del primer vivero satelital contra la deforestación en el sur del Meta"

Objetivo:
Socializar la puesta en marcha del primer vivero satelital en el sur del Meta, como estrategia para producir y distribuir especies forestales nativas, contribuyendo a la restauración ecológica y la reducción de la deforestación, fortaleciendo la resiliencia ambiental y el desarrollo sostenible en el territorio.

Público objetivo:
Comunidades rurales del sur del Meta, líderes comunitarios, asociaciones campesinas.

Análisis del público en redes sociales:
Instagram:
Publicaciones con imágenes del vivero y mensajes sobre restauración ecológica lograron alto alcance orgánico y reacciones positivas, resaltando el compromiso de la Gobernación con la protección de los bosques.

(X):
La información compartida con etiquetas como #MetaVerde, #ContraLaDeforestación y menciones institucionales amplificó la visibilidad del proyecto a nivel regional y nacional.

Boletín de prensa:
Presentó detalles técnicos sobre la capacidad del vivero, especies a producir y el impacto esperado en la restauración de áreas degradadas, fortaleciendo la percepción de un proyecto innovador y sostenible.

Conclusión:
El lanzamiento del primer vivero satelital en el sur del Meta representa un avance estratégico en la lucha contra la deforestación, promoviendo la restauración ecológica y la generación de conciencia ambiental. La comunicación efectiva en medios digitales e institucionales posicionó el proyecto como una acción concreta de la Gobernación para proteger los ecosistemas y mitigar los efectos del cambio climático.

Contenido

	**Boletín y pagina web** https://x.com/gobmeta/status/1933613868338851928?s=46

Nombre de la campaña: Campaña "Jornadas de Educación Ambiental y Salud Animal en Acacías"

Objetivo:
Promover la protección ambiental y el bienestar animal mediante jornadas en barrios y albergues del municipio de Acacías, que incluyeron sensibilización sobre manejo responsable de fauna, reciclaje, y acciones de salud animal como vacunación y desparasitación, fomentando la tenencia responsable y la conservación de ecosistemas urbanos.

Público objetivo:
Habitantes de Acacías, cuidadores y albergues de animales, familias con mascotas.

Análisis del público en redes sociales:

(X):
Se destacó la acción institucional con hashtags como #BienestarAnimal, #EducaciónAmbiental, generando alcance entre cuentas de entidades públicas y ciudadanos comprometidos.

Boletín de prensa:
Amplió la información sobre el impacto social y sanitario de la jornada, resaltando la integración entre salud pública, protección animal y educación ambiental.

Conclusión:
La campaña en Acacías fortaleció la conciencia ambiental y la tenencia responsable de animales, logrando un impacto positivo en la salud animal y comunitaria. La articulación con organizaciones y la participación ciudadana consolidaron la iniciativa como una acción integral que une bienestar, educación y sostenibilidad. La estrategia digital amplificó el alcance y posicionó a la Secretaría como líder en acciones concretas por la fauna y el ambiente.

Contenido:

	**Boletín y pagina web** https://meta.gov.co/noticias/jornadas-de-educaci%C3%B3n-ambiental-y-salud-animal-en-barrios-y-albergues-de-acac%C3%ADas/3832

No. 3	**Contribuir con la actualización del Drive de la secretaria de Ambiente, con cada una de las campañas elaboradas y así garantizar el archivo digital de cada una de las actividades desarrolladas.**

Anexo
Como contratista durante el periodo del 21 de junio al 20 de julio del presente año, realicé el cargue de la información en el respectivo drive. A continuación, relaciono el link:

https://docs.google.com/document/d/1aBO_tnv5WPBpSJXmfAXVoKGWzs_1wRIQ/edit?usp=drive_link&ouid=104427116631801297064&rtpof=true&sd=true

No. 4	**Fortalecer el análisis del impacto social que genera cada una de las campañas de educación ambiental difundidas.**

Dando cumplimiento al fortalecimiento de las campañas lideradas por la Secretaria de Ambiente del Meta, se desarrolló una estrategia de difusión activa que integró contenidos educativos en plataformas digitales y medios institucionales, con el objetivo de sensibilizar, movilizar y generar apropiación comunitaria sobre temas ambientales clave.

Análisis del Impacto Social de las Campañas de Educación Ambiental

Participación y Empoderamiento Comunitario

Las campañas impulsaron la participación activa de comunidades rurales y urbanas, estudiantes, líderes sociales y asociaciones. Acciones como jornadas de siembra, PRAE, sensibilización puerta a puerta y restauración ecológica fortalecieron el sentido de pertenencia y el compromiso ciudadano en la protección de recursos naturales.

Impacto Digital

La difusión a través de Instagram, Facebook, X y boletines de prensa logró un alto alcance orgánico, interacción positiva y amplificación del mensaje. El uso de imágenes, videos y hashtags estratégicos posicionó los temas ambientales en la conversación pública, aumentando la conciencia y el interés por prácticas sostenibles.

Visibilidad Institucional

Las campañas proyectaron a la Secretaría de Ambiente del Meta como líder en sostenibilidad y conservación, destacando su capacidad de gestión y articulación con alcaldías, Cormacarena, fuerzas militares, academia y sociedad civil. Este posicionamiento fortaleció la confianza en la institucionalidad y la percepción de resultados concretos.

Conclusión

Las campañas generaron un impacto social positivo al educar, movilizar y empoderar a la comunidad, complementado con un fuerte posicionamiento institucional y alta visibilidad digital. Estas acciones contribuyen a la gobernanza ambiental, fomentando cambios de comportamiento sostenibles y consolidando la imagen del Meta como un departamento comprometido con el ambiente.

21 DE JUNIO AL 20 DE JULIO	
PLATAFORMAS USADAS	**DISTRIBUCIÓN DE LOS CONTENIDOS**
Instagram	8 videos
X	8 textos con registro fotográfico.
Boletín	3 con audio y fotografías
Página web	3 publicaciones en la página institucional
Facebook	2 publicaciones

No. 5	**Apoyar otras actividades relacionadas con el objeto contractual del contrato.**

Apoyé actividades relacionadas con el objeto contractual del contrato con la creación de piezas gráficas, la edición y producción de videos, así como el desarrollo de productos para radio.

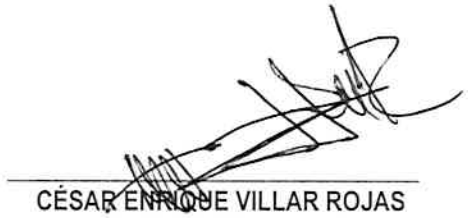




Anexo

Artículo 3.2.7.5 del Decreto 780 de 2016 modificado por el Decreto 1273 de 2018, en relación con el pago y retención de aportes al Sistema de Seguridad Integral y Parafiscales. **Nota: Esta información debe estar en el informe del contratista** **El contratista:**			
Concepto	**Si**	**No**	**Detalle**
¿Ostenta la calidad de pensionado o tiene requisitos cumplidos para la pensión o por disposiciones legales no está obligado a cotizar a pensiones?		x	Si su respuesta es Si, adjunte certificación.
¿Cotiza por otros ingresos provenientes de vinculación laboral y/o reglamentaria, mesadas pensionales, independiente por cuenta propia u otros contratos?		x	Si su respuesta es Sí, registre el valor del IBC de cada uno de ellos $ _____ $ _____
¿La totalidad de los ingresos mensuales son iguales o superiores a cuatro (4) salarios mínimos mensuales legales vigentes, producto de los ingresos provenientes de vinculación laboral y/o reglamentaria, independiente por cuenta propia u otros contratos?		x	
¿El valor total de sus IBC es superior a 4 salarios mininos mensuales legales vigentes?		x	Si su respuesta es Sí, adjuntar el pago del fondo de solidaridad pensional FSP
¿Cotiza por el límite máximo de cotización de veinticinco (25) salarios mínimos mensuales legales?		x	
¿Efectúa aportes por un Ingreso Base de Cotización (IBC) superior al 40% del valor mensualizado del contrato?		x	
¿Pertenece a un Régimen Especial o de Excepción en salud?		x	
¿Cotiza a salud de manera directa a la Entidad Administradora de los Recursos del Sistema General de Seguridad Social en Salud (ADRES) de conformidad con lo establecido por el Articulo 2.1.13.5?		x	
¿Efectúa de forma voluntaria aportes a una Caja de Compensación Familiar?		x	
¿Realiza aportes voluntarios a pensión?		x	

Pago de Seguridad Social (Persona Natural)	Datos	Datos
Periodo Cotizado	Junio de 2025	Julio de 2025
Número de Planilla	9488052820	9489249235
IBC (Ingreso Base de Cotización)	$1,423,500	$1,423,500
Valor pagado a SALUD	$178,000	$178,000
Valor pagado a PENSIÓN	$227,800	$227,800
Valor pagado a ARL	$14,900	$14,900
Valor pagado a FSP	N/A	N/A



CÉSAR ENRIQUE VILLAR ROJAS
C.C. 86.088.835 de Villavicencio
CPS No. 0579 de 2025
Secretaría de Ambiente