

AVANCE PLANEACIÓN ESTRATÉGICA



Informe Cierre 2024

Plan de Acción

COORDINACIÓN DE PLANEACIÓN

Contenido

PLAN DE ACCIÓN RTVC	2
OBJETIVO INSTITUCIONAL 1	5
OBJETIVO INSTITUCIONAL 2	7
OBJETIVO INSTITUCIONAL 3	8
OBJETIVO INSTITUCIONAL 4	9
OBJETIVO INSTITUCIONAL 5	10
CONCLUSIONES	12

PLAN DE ACCIÓN RTVC

El Plan de Acción Institucional de RTVC, se constituye como un instrumento de programación anual de las metas de la entidad, que permite orientar su quehacer en el marco de los compromisos establecidos en el PND, el Plan estratégico Sectorial, la implementación del MIPG y el marco estratégico institucional (misión, visión, objetivos estratégicos). Su formulación se definió en el marco de las normas que amparan este ejercicio, que corresponde principalmente al Decreto 612 de 2018, la Ley 1474 de 2011, Decreto 1083 de 2015, Ley 1757 de 2015, Ley 1955 de 2019 y demás lineamientos y directrices aplicables.

Así mismo, se realizaron actividades lideradas por la Coordinación de Planeación, y de manera conjunta con las áreas misionales, estratégicas y de apoyo, estableciendo nuevos criterios de articulación entre los diferentes instrumentos de la planeación, el presupuesto y la gestión, con el fin de lograr una gestión integral en el cumplimiento de las estrategias propuestas por la entidad para la vigencia 2024.

El Plan de Acción de RTVC se construyó para la vigencia 2024, a partir de los 5 objetivos estratégicos de la entidad y las 12 líneas estratégicas, en concordancia con la aprobación del Plan Estratégico Institucional 2023-2026. El compendio de los indicadores por el total de objetivos estratégicos da cuenta de un total de 54 indicadores y 124 actividades. Se encuentran programados para la anualidad y su desarrollo está articulado con el Modelo Integrado de Planeación y gestión a través de las políticas de gestión y desempeño institucional, con los procesos definidos en el sistema de calidad y con los demás planes institucionales.

El Plan de Acción se acoge a lo establecido en la ley 1474 de 2011, artículo 74, donde se establece que *“todas las entidades del Estado a más tardar el 31 de enero de cada año deberán publicar en su respectiva página web el Plan de Acción para el año siguiente, en el cual se especificarán los objetivos, las estrategias, los proyectos, las metas, los responsables, los planes generales de compras y la distribución presupuestal de sus proyectos de inversión junto a los indicadores de gestión”*. Teniendo en cuenta lo anterior, a continuación, se mostrará el presupuesto para la vigencia 2024 desagregado por objetivos estratégicos:

PRESUPUESTO- PLAN DE ACCIÓN 2024

El anteproyecto de presupuesto aprobado mediante acta de Junta Directiva mediante Acta No. 60 del 28 de noviembre de 2023, el cual se encuentran asignados en las principales líneas estratégicas, como se detalla a continuación:

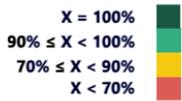
Perspectiva Misional	1	Generar contenidos relevantes, convergentes, incluyentes, diversos y de calidad que respondan a las expectativas y necesidades de los grupos de valor de RTVC.	\$ 95.467 (25%)
	2	Garantizar la operación eficiente de la red pública para asegurar la prestación de los servicios de la radio y televisión pública en todo el territorio colombiano.	\$ 208.425 (54%)
	3	Fortalecer la Gestión del Conocimiento y Cultura de la innovación para posicionar las marcas del Sistema de Medios Públicos.	3.686 (1%)
	4	Desarrollar productos innovadores y de alto impacto en el marco de los principios y enfoques de la transformación digital.	\$ 13.803 (4%)
Perspectiva Institucional	5	Potenciar la gestión organizacional y empresarial de la RTVC a través de la eficiencia de los procesos, la innovación, buenas prácticas y el desarrollo de las capacidades del talento humano.	\$ 63.717 (16%)

Cifras en millones de pesos

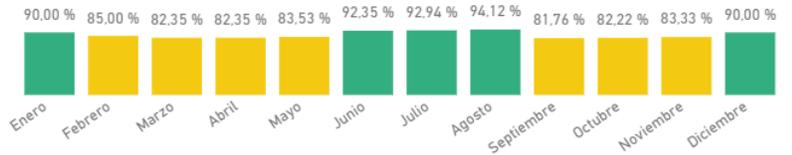
Total
\$385.098
(100%)

Incluye el presupuesto dirigido a la continuidad del funcionamiento y operación de RTVC..

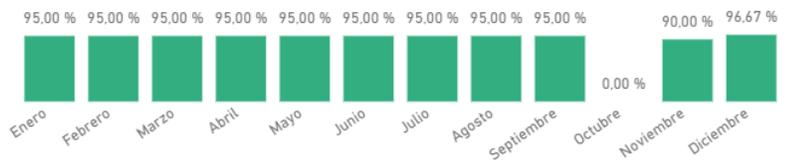
Al cierre de la vigencia 2024 se registra el siguiente avance por objetivo de acuerdo con los indicadores formulados:



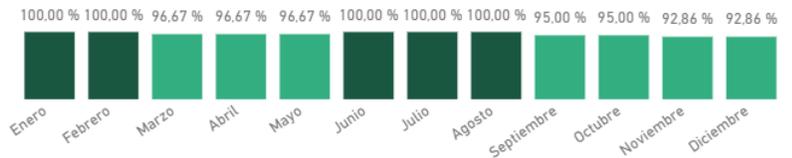
1 Generar contenidos relevantes, convergentes, incluyentes, diversos y de calidad que respondan a las expectativas y necesidades de los grupos de valor de RTVC.



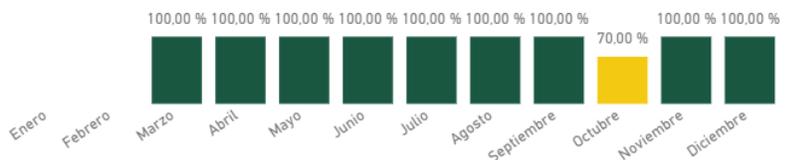
2 Garantizar la operación eficiente de la red pública para asegurar la prestación de los servicios de la radio y televisión pública en todo el territorio colombiano.



3 Fortalecer la Gestión del Conocimiento y Cultura de la innovación para posicionar las marcas del Sistema de Medios Públicos.



4 Desarrollar productos innovadores y de alto impacto en el marco de los principios y enfoques de la transformación digital.



5 Potenciar la gestión organizacional y empresarial de la RTVC a través de la eficiencia de los procesos, la innovación, buenas prácticas y el desarrollo de las capacidades del talento humano.



En las líneas que preceden, se mostrará el comportamiento de los indicadores de Plan de Acción de RTVC al cierre de la vigencia de 2024, desagregado por Objetivos Institucionales y donde se hará énfasis a aquellos que presentaron rezagos al cierre de la misma.

OBJETIVO INSTITUCIONAL 1

“Generar contenidos relevantes, convergentes, incluyentes, diversos y de calidad que respondan a las expectativas y necesidades de los grupos de valor de RTVC”.

Dentro de este Objetivo se formularon un total de 18 indicadores y un total de 40 actividades.

X = 100% 
90% ≤ X < 100% 
70% ≤ X < 90% 
X < 70% 

Indicador	Periodicidad	Unidad de medida	Meta	Resultado	%
Número de contenidos digitales publicados de Señal Memoria	Trimestral	Número	7.500,00	7.955,00	
Nuevos contenidos de radio producidos y emitidos	Mensual	Número	50,00	52,00	
Número de contenidos audiovisuales especiales sobre la agenda nacional y/o mundial producidos, transmitidos, emitidos y/o puestos en circulación a través de la pantalla del Canal Institucional y/o sus plataformas digitales, mediante los cuales se promueva y fortalezca el desarrollo cultural, democrático, educativo y ciudadano de su audiencia.	Mensual	Número	16,00	16,00	
Número de contenidos audiovisuales producidos, transmitidos y/o emitidos a través de las pantallas de la televisión pública nacional	Mensual	Número	32,00	33,00	
Número de Contenidos audiovisuales producidos, transmitidos y/o emitidos a través de Señal Colombia.	Mensual	Número	16,00	17,00	
Número de contenidos convergentes producidos y coproducidos en RTVC	Trimestral	Número	25,00	12,00	
Número de contenidos de carácter informativo producidos y emitidos	Mensual	Número	600,00	625,00	
Número de contenidos digitales publicados en las plataformas de RTVC	Mensual	Número	12.000,00	12.634,00	
Número de contenidos en plataforma RTVC PLAY en funcionamiento	Mensual	Número	1.450,00	1.460,00	
Numero de contenidos multiplataforma generados desde las emisoras de paz de RTVC	Mensual	Número	100,00	105,00	
Numero de contenidos producidos y/o coproducidos de RTVCPlay	Mensual	Número	9,00	9,00	
Número de horas de contenido al aire de apoyo educativo	Mensual	Número	4.834,00	4.297,00	
Número de horas de contenidos al aire y especiales desde las emisoras de paz de RTVC.	Mensual	Número	21.545,00	20.097,00	
Número de horas de contenidos al aire y especiales, nacionales y descentralizados generados	Mensual	Número	28.200,00	28.421,00	
Número de nuevos contenidos históricos de la radio y la televisión pública dispuestos para consulta y licenciamiento	Mensual	Número	16.069,00	16.072,00	
Número de soportes del archivo audiovisual y sonoro de la Radio y la Televisión de Colombia digitalizados.	Trimestral	Número	12.000,00	12.470,00	
Porcentaje de avance en el desarrollo e implementación de iniciativas audiovisuales con enfoque institucional, de servicio ciudadano, conmemorativo, patriótico, de interés general, etc., mediante el cual se acerque el Estado a la ciudadanía.	Trimestral	Porcentaje	100,00	100,00	
Porcentaje de avance en la implementación del modelo de convergencia durante la vigencia	Trimestral	Porcentaje	100,00	50,00	

Fuente: Tablero de Control

ANÁLISIS

Al cierre de la vigencia 2024, se realizan las siguientes observaciones frente a los resultados obtenidos:

- Se reporta la medición de la totalidad de los 18 indicadores formulados dentro del Objetivo para la vigencia 2024.
- Se reporta el cumplimiento de 15 de los indicadores formulados dentro de este Objetivo.
- Se evidencian un total de 3 indicadores en rezago, 2 de los cuales se ubican en zona de peligro y 1 en zona de alerta y cuyo análisis se relaciona a continuación:

Número de horas de contenido al aire apoyo educativo: Al cierre de la vigencia 2024, se reporta un avance de 4.297 horas generadas desde el canal educativo “Exploremos”. Si bien desde la Subgerencia de Radio se ejecutaron acciones para alcanzar el cumplimiento de la meta establecida (4.834 horas), el resultado al final de la vigencia, ubica el indicador en zona de rezago, con un avance porcentual del 89%.

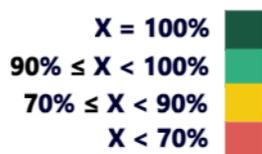
La continuidad de este indicador para la vigencia 2025, dependerá de la asignación de recursos para la ejecución del proyecto asociado.

Los indicadores **“Porcentaje de avance en la implementación del modelo de convergencia durante la vigencia y Número de contenidos convergentes producidos y coproducidos en RTVC”**, se ubican en zona de peligro, teniendo en cuenta que su último reporte fue realizado al cierre del II semestre de 2024, al dar por finalizado el avance proyectado para el proyecto asociado a estos indicadores.

No obstante las particularidades presentadas anteriormente, el Objetivo Estratégico Institucional 1, reporta un avance global del 90% lo que evidencia la gestión de las áreas misionales frente a la generación de contenidos relevantes, convergentes, incluyentes y de calidad dirigidos a los grupos de valor de RTVC Sistema de Medios Públicos.

OBJETIVO INSTITUCIONAL 2

Garantizar la operación eficiente de la red pública para asegurar la prestación de los servicios de la radio y televisión pública en todo el territorio colombiano.



Indicador	Periodicidad	Unidad de medida	Meta	Resultado	%
Cobertura de televisión digital	Mensual	Porcentaje	94,00	91,60	
Emisoras de FM en zonas de conflicto implementadas	Anual	Número	4,00	4,00	
Nivel De Disponibilidad Del Servicio De La Red Pública	Mensual	Porcentaje	92,00	87,00	
Número de Estaciones de FM	Anual	Número	3,00	4,00	
Número de Estudios de emisión de radio	Anual	Número	1,00	4,00	
Número de Estudios mejorados de emisión de radio	Anual	Número	2,00	4,00	

Para el Objetivo Estratégico Institucional 2, se reporta el registro y cumplimiento de los 6 formulados. El avance global del Objetivo al cierre de la vigencia, evidencia un avance del 96.67% reflejando así la gestión realizada por RTVC desde la Dirección de Tecnologías Convergentes para:

A. Garantizar la administración, operación y mantenimiento de la red pública para llevar los servicios de radio y televisión con altos estándares de disponibilidad y calidad a los grupos de valor.

B. Realizar el despliegue de nuevas tecnologías de televisión pública para permitir que la población colombiana pueda acceder a la información y los contenidos generados en las diferentes parrillas.

C. Lograr la puesta en operación de la totalidad de emisoras definidas en el Plan Marco de Implementación de los Acuerdos de Paz, así como la producción y emisión de sus contenidos. Lo anterior mediante el cumplimiento de la meta establecida para el cuatrienio mediante la implementación al cierre de la vigencia 4 nuevas emisoras de paz. Dicha actividad consistió en realizar la adquisición, instalación, montaje y puesta en marcha de cuatro (4) estudios de emisión con el objetivo de dar cumplimiento con lo establecido en el numeral 6.5 del acuerdo Final para la Terminación del Conflicto y la Construcción de una paz Estable y Duradera. Las 4 emisoras implementadas se relacionan a continuación: Agustín Codazzi (Cesar), Tierralta Córdoba), Buenaventura (Valle del Cauca) y Riosucio (Chocó).

D. Frente a la actividad consistente en la adquisición y puesta en operación de los equipos necesarios para la renovación tecnológica de 4 estudios ya existentes, para los cuales se requiere mejorar su infraestructura con el fin de atender las necesidades tecnológicas actuales relacionadas con la producción y emisión de

contenidos de audio y audiovisuales, se realizó la implementación que contempló los estudios de Villavicencio (Meta), San Andrés, Valledupar (César) y Barranquilla (Atlántico).

OBJETIVO INSTITUCIONAL 3

Fortalecer la Gestión del Conocimiento y Cultura de la innovación para posicionar las marcas del Sistema de Medios Públicos.

Dentro de este Objetivo se formularon un total de 14 indicadores y 31 actividades.

X = 100%	
90% ≤ X < 100%	
70% ≤ X < 90%	
X < 70%	

Indicador	Periodicidad	Unidad de medida	Meta	Resultado	%
Alianzas y/o convenios con operadores regionales y/o entidades públicas realizados.	Semestral	Número	10,00	16,00	
Número de acciones de divulgación de contenidos y/o eventos producidos en la Subgerencia de Radio.	Mensual	Número	30,00	34,00	
Número de alianzas establecidas	Semestral	Número	3,00	3,00	
Número de eventos de promoción y divulgación de la memoria audiovisual y sonora realizados	Mensual	Número	24,00	29,00	
Número de eventos de promoción y divulgación realizados por RTVCPlay	Mensual	Número	20,00	21,00	
Número de participaciones en espacios de buenas prácticas implementadas	Semestral	Número	2,00	2,00	
Número de seguidores en las diferentes redes sociales (FB, TW, IG, YouTube y TikTok) - Comunidad digital	Mensual	Número	8.262.348,00	8.619.554,00	
Número de visitas a los diferentes sitios web de la entidad (tráfico web).	Mensual	Número	37.668.243,00	46.336.249,00	
Plan estratégico de presencia de las marcas de RTVC en espacios culturales implementado.	Trimestral	Porcentaje	100,00	30,00	
Porcentaje de avance en la ejecución del Centro de monitoreo de audiencias	Trimestral	Porcentaje	100,00	100,00	
Porcentaje de avance en la elaboración del documento de memorias de las buenas prácticas implementados	Trimestral	Porcentaje	100,00	100,00	
Porcentaje de noticias emitidas en medios de comunicación.	Trimestral	Porcentaje	100,00	100,00	
Porcentaje de nuevos públicos impactados durante la vigencia.	Trimestral	Porcentaje	100,00	110,00	
Usuarios únicos que acceden al contenido histórico audiovisual y sonoro en medios digitales	Trimestral	Número	1.100.000,00	943.539,00	

Para este objetivo, se reporta rezago en dos indicadores, 1 en alerta y 1 en peligro, y cuyo análisis se relaciona a continuación:

Plan Estratégico de presencia de las marcas de RTVC en espacios culturales implementados: Este indicador se ubica en zona de peligro, teniendo en cuenta que su último reporte fue realizado al cierre del II semestre de 2024, al dar por finalizado el avance proyectado para el proyecto asociado al mismo.

Usuarios únicos que acceden al contenido histórico audiovisual y sonoro en medios digitales:

El indicador reporta un avance del 85.77% al cierre de la vigencia 2024, reflejado en un total de 943.539 nuevos usuarios que accedieron al contenido histórico y sonoro en medios digitales, de un total de 1.110.000 estipulados. Si bien se presenta un rezago frente a la meta estipulada, es importante resaltar las diferentes campañas de publicación de contenidos digitales y de la realización de eventos que permitieron acercar a la ciudadanía a los contenidos históricos de la radio y la televisión.

En general, el Objetivo Estratégico 3 del Plan de Acción, reporta un avance global satisfactorio del 92.86% lo anterior cual refleja la gestión de la Entidad en cuanto a:

- Generar y difundir las buenas prácticas de innovación en la producción y realización de contenidos públicos.
- Establecer estrategias de marca, utilizando los recursos y los análisis de datos establecidos en el monitoreo permanente del comportamiento de las audiencias, como un insumo en la generación de contenidos que abarquen las necesidades de información a nivel nacional.
- Impulsar alianzas con diferentes sectores, con el fin de posicionar el reconocimiento de RTVC como líder del Sistema de Medios Públicos, en la producción y generación de contenidos.

OBJETIVO INSTITUCIONAL 4

Desarrollar productos innovadores y de alto impacto en el marco de los principios y enfoques de la transformación digital.

No LE	Indicador	Periodicidad	Unidad de medida	Meta	Resultado	%
4.1 Fortalecer la transformación digital en el marco del quehacer institucional de RTVC.	Número de productos digitales desarrollados	Mensual	Número	27,00	27,00	

Fuente: Tablero de Control

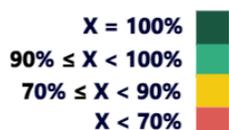
Para el Objetivo Estratégico Institucional 4, se reporta la medición del indicador de "Número de Productos Digitales Desarrollados" el cual hace parte del Plan Sectorial 2023-2026, el cuál reporta un avance del 100% que evidencia el cumplimiento del Objetivo y la meta establecida. Se evidencia una gestión satisfactoria desde RTVC y la Dirección de Tecnologías Convergentes esto gracias a la oportuna respuesta a los requerimientos de las áreas de la Entidad reflejados en la automatización de actividades cotidianas, trámites y otras labores que ofrezcan facilidades de información al interior de la entidad, así como hacia las audiencias.

Con base en lo anteriormente expresado, no se presentan alertas frente a este Objetivo y las metas establecidas para el mismo.

OBJETIVO INSTITUCIONAL 5

Potenciar la gestión organizacional y empresarial de la RTVC a través de la eficiencia de los procesos, la innovación, buenas prácticas y el desarrollo de las capacidades del talento humano.

Dentro de este Objetivo se encuentran un total de 16 indicadores y un total de 40 actividades formuladas.



Indicador	Periodicidad	Unidad de medida	Meta	Resultado	%
Actividades realizadas para el fortalecimiento de la gestión ambiental de RTVC sede CAN	Trimestral	Porcentaje	100,00	80,00	
Espacios para la promoción de la cultura de innovación generados	Semestral	Número	6,00	6,00	
Número de boletines internos 'RTVC Se Mueve', cuyo contenido promueva el fortalecimiento de la cultura organizacional y el conocimiento del funcionamiento de RTVC y su misionalidad.	Trimestral	Número	21,00	21,00	
Número de contenidos en la intranet que divulguen y promuevan el fortalecimiento de la cultura organizacional, y el conocimiento del funcionamiento de RTVC y su misionalidad.	Trimestral	Número	360,00	360,00	
Número de estrategias y campañas internas de comunicación que apoyen y promuevan el fortalecimiento de la cultura organizacional, el conocimiento del funcionamiento de RTVC y su misionalidad.	Trimestral	Número	22,00	22,00	
Número de empresas impactadas en los espacios generados por el Laboratorio de Innovación	Cuatrimestral	Número	3,00	3,00	
Personas impactadas en los eventos y/o espacios generados por el Laboratorio de Innovación	Semestral	Número	100,00	112,00	
Plan Estratégico de Talento Humano implementado en cada vigencia	Mensual	Porcentaje	100,00	92,68	
Porcentaje de avance del plan de trabajo para la apropiación y divulgación institucional del MIPG.	Trimestral	Porcentaje	100,00	100,00	
Porcentaje de avance en el monitoreo del MIPG.	Trimestral	Porcentaje	100,00	100,00	
Porcentaje de avance en la elaboración de la documentación del proceso Gestión de Conocimiento y la Innovación	Semestral	Porcentaje	100,00	100,00	
Porcentaje de avance en la implementación de la política de Gestión de la Información Estadística.	Trimestral	Porcentaje	100,00	100,00	
Porcentaje de cumplimiento al plan de atención al ciudadano	Trimestral	Porcentaje	100,00	100,00	
Presupuesto ejecutado (compromisos)	Mensual	Porcentaje	95,00	95,04	
Recaudo por venta de servicios	Mensual	Número	35.286.500.000,00	32.053.000.000,00	
RTVC (Transversal Estrategia Integridad Pública - Conflicto de intereses vigencia 2024)	Trimestral	Porcentaje	100,00	96,15	

El Objetivo Estratégico 5 reporta al cierre de la vigencia 2024 la medición de la totalidad de los 16 indicadores formulados para la misma. Se evidencian un total de 15 indicadores ubicados en zona de cumplimiento y un indicador en zona de rezago cuyo análisis se relaciona a continuación:

- **Actividades realizadas para el fortalecimiento de la gestión ambiental de RTVC sede CAN:** El rezago presentado al final de la vigencia; se obtuvo un avance del 80% frente a una meta del 100%, obedece principalmente a que la variable asociada al cálculo de la huella de carbono no tuvo avance durante la vigencia 2024 afectando el resultado final del indicador. No obstante lo anterior, y para garantizar el cumplimiento al cierre de 2025, se gestionarán desde el área responsable, las acciones respectivas para el cálculo de la variable en la vigencia. Es importante mencionar que a pesar del rezago, se avanzó en las demás variables asociadas al indicador durante la vigencia:
 - Diseño y/o actualización de la matriz de aspectos e impactos de RTVC sede CAN.
 - Seguimiento y monitoreo a los programas que hacen parte integral del PIGA.
 - Diseño y/o actualización de la matriz legal ambiental de RTVC.

Si bien se presentó rezago de 1 indicador, es importante mencionar que se evidencia un avance global del Objetivo del 96.25%, lo que evidencia la gestión de las áreas responsables de las metas frente a:

- La definición de los planes y lineamientos necesarios para fortalecer el gobierno corporativo y la integración con el Modelo Integrado de Planeación y Gestión y su implementación.
- El fortalecimiento de las capacidades personales y laborales de los colaboradores.
- La promoción de la gestión del conocimiento e innovación como estrategia para identificar las mejores prácticas para fortalecer la cultura organizacional y la oferta institucional de cara a los ciudadanos.
- El diseño y aplicación de herramientas de seguimiento y evaluación de todo el ciclo del negocio, para una oportuna toma de decisiones.

CONCLUSIONES

Es importante mencionar que de acuerdo con el ejercicio liderado por la Coordinación de Planeación que se inició en el mes de noviembre de 2023, y que contó con el apoyo de las áreas de RTVC, se logró dar cumplimiento con los tiempos establecidos por la normativa vigente que deben cumplir las Entidades en la construcción y publicación del Plan de Acción de la vigencia respectiva, logrando la misma en el mes de enero de 2024.

En el desarrollo del seguimiento realizado al Plan de Acción para el cierre de la vigencia 2024, se puede evidenciar una gestión satisfactoria de las áreas frente al cumplimiento de este. Las actividades formuladas (124) presentan un avance de ejecución del 100%.

Si bien de manera general se encuentran resultados satisfactorios, que se reflejan en un avance global del 92.23%, se evidenció que de un total de 54 indicadores formulados para el Plan de Acción 2024, se presentaron rezagos en 6 indicadores y cuyas justificaciones se encuentran en el análisis del presente informe en el objetivo al cual están impactando.

Asimismo, se identificó que las sobre ejecuciones encontradas obedecieron a situaciones particulares que afectaron positivamente a los indicadores.

Como nota final, es importante mencionar que durante el mes de diciembre de 2024, la Coordinación de Planeación dio inicio al proceso de formulación del Plan de Acción 2025 y en trabajo conjunto con las áreas, derivará en la publicación del mismo al 31 de enero de 2025 para dar cumplimiento a los lineamientos establecidos en el decreto 612 de 2018 de MIPG.

Nota: Los resultados anteriormente mencionados pueden verificarse en la herramienta Tablero de Control Institucional la cual se encuentra disponible para consulta en la página oficial de la Entidad en la ruta:

<https://www.rtvco.gov.co/quienes-somos/informes-metas-e-indicadores-de-gestion>

[INICIO](#)[QUIÉNES SOMOS](#)[PLATAFORMAS](#)[TECNOLOGÍAS](#)[CONTRATACIÓN](#)[PRENSA](#)[TRANSPARENCIA](#)[ATENCIÓN Y SERVICIOS A LA CIUDADANÍA](#)

Avances Planeación Institucional (Plan Estratégico, Plan de Acción y Procesos)

- [Informe Avance Plan de Acción I trimestre de 2024](#)
- [Informe Avance Procesos I trimestre de 2024](#)
- [Informe Avance Plan de Acción IV trimestre de 2023](#)
- [Informe Avance Plan de Acción III Trimestre 2023](#)
- [Tablero de Control Planeación Institucional](#)

Elaboró: César Humberto Ruiz Tinoco - Contratista Coordinación de Planeación

Rafael Humberto Arguelles López - Contratista Coordinación de Planeación

Revisó: Paula Andrea Ocampo Quintero - Coordinadora de Presupuesto con asignación de las funciones de la Coordinación de Planeación