

GERENCIA	1000-39.01 CONCEJO DE BUCARAMANGA Mantilla Unica
COMUNICACIONES	CONCEJO DE BUCARAMANGA PAGINA 1 DE 2 Fecha: 26/04/2017 Hora: 9:12 a.m. Folios: 1 Radicado CER: 1502

Bucaramanga, Abril 25 de 2017

Señores
CONCEJO DE BUCARAMANGA
Atte. **SERGIO ANDRES GALINDEZ RIVEROS**
Secretario General
Cra 11 No. 34-52 Fase II Alcaldía de Bucaramanga (Sótano)
Ciudad

Firma
Radicado: **00003010**
Enviado: 25/04/2017 - 11:17 a.m.
abenitez
ESE ISABU



ASUNTO: Respuesta Proposición del 25 de marzo de 2017. (Publicación y Cambio Logo Institutos Descentralizados).

Cordial Saludo,

De manera atenta, me permito dar respuesta a la proposición aprobada por los el día 25 de marzo de 2017 el cual fue presentada por los Honorables Concejales del Partido de Liberal Colombiano: JAIME ANDRES BELTRAN MARTINEZ, WILSON MANUEL MORA CADENA, URIEL ORTIZ RUIZ, HENRY GAMBOA, RENE RODRIGO GARZON, DIONICIO CARRERO CORREA, JAVIER AYALA MORENO Y MARTHA ANTOLINEZ GARCIA, Partido Opción Ciudadana: PEDRO NILSON AMAYA MARTINEZ y Movimiento Alternativo Indígena y Social: NELSON MANTILLA BALANCO.

1. ¿CUÁNDO FUE LA ÚLTIMA VEZ QUE CAMBIO DE LOGO EL INSTITUTO?

La Empresa Social del Estado Instituto de Salud de Bucaramanga fue creada mediante los decretos 665 y 668 de diciembre de 1989, siendo inicialmente un establecimiento público descentralizado del Orden Municipal. En 1997 mediante Decreto 1876 del 3 de Agosto son reestructuradas las entidades descentralizadas prestadoras de Servicios de Salud y el ISABU obtiene así la modalidad de Empresa Social del Estado, con la categoría especial de Entidad Descentralizada, con personería Jurídica, Patrimonio Propio y Autonomía Administrativa, cuya función esencial es la Prestación de Servicios de Salud. Desde su creación ha llevado el mismo logo Institucional.

2. CUAL ES EL ARGUMENTO TECNICO Y LEGAL QUE JUSTIFICA EL CAMBIO DE IDENTIDAD? NO APLICA.

3. CUANTO COSTÓ EL CAMBIO DE IDENTIDAD Y SU APLICACIÓN?-RELACIONE LAS PIEZAS PUBLICITARIAS QUE SERAN REMPLAZADAS Y/O ADQUIRIDAS PARA LA APLICACIÓN DE LA NUEVA IDENTIDAD. NO APLICA

4. ANEXAR COPIAS DE CONTRATOS RELACIONADOS CON EL MANEJO DE IMAGEN DE SU IDENTIDAD, CAMBIO DE LOGO Y APLICACIÓN DE LA NUEVA IDENTIDAD. NO APLICA.

5. CUANTO PRESUPUESTO HA REPRESENTADO EL CAMBIO DE LA IDENTIDAD EN 2016 Y LO CORRIDO DE 2017? NO APLICA.

6. RELACIONE LAS DIRECCIONES DE LAS REDES VIRTUALES DE COMUNICACIÓN CON LA QUE CUENTA LA IDENTIDAD.

Facebook: <https://www.facebook.com/ESE.ISABU.BUCARAMANGA/>

Twitter: <https://twitter.com/Eselsabu?s=08>

página Web: www.isabu.gov.co

Vanal: [youtube.comhttps://www.youtube.com/channel/UCpexpebNYG0Q10SQ6u4Q9IA](https://www.youtube.com/channel/UCpexpebNYG0Q10SQ6u4Q9IA)

GERENCIA	1000-39.01
COMUNICACIONES	PAGINA 2DE 2

7. RELACIONE EL NUMERO DE PERSONAL CONTRATADO PARA APOYAR EL AREA DE COMUNICACIONES DE SU ENTIDAD Y LOS VALORES DE LOS CONTRATOS?

El Área de Comunicaciones de la ESE ISABU, cuenta con una Profesional y un Técnico con un valor contratado así: profesional \$ 10.800.000 y técnico \$7.200.000 el valor corresponde a un tiempo de ejecución por cuatro meses.

8. SU ENTIDAD TIENE DEFINIDO UN PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD?

Dentro del presupuesto de la Entidad existe el rubro 201020204 IMPRESOS Y PUBLICACIONES cuya descripción es: Rubro destinado al pago por la promoción en medios masivos de comunicación, permanentes o temporales, fijos o móviles, cuyo fin sea institucional y que tenga que ver con el objeto social de la entidad, siempre y cuando este tipo de gasto no esté contemplado como parte integral, asesoría o este inherente a los proyectos de inversión. También por este rubro se manejan los gastos por edición de formas, escritos, publicaciones, revistas y libros, trabajos tipográficos, sellos, suscripciones, adquisición de revistas, libros, avisos, cartillas, formularios, vallas y publicaciones oficiales legalmente autorizadas.

9. SU ENTIDAD HA PAGADO PAUTA EN REDES SOCIALES VIRTUALES? CUANTO SE HA INVERTIDO Y A QUE PERFILES APUNTA?

Hasta el momento no se han pagado las pautas en redes sociales. Todo se ha realizado de manera gratuita utilizando la plataforma de Facebook, twitter, nuestra página web la cual se solicitó mediante la estrategia Gobierno en línea y el canal YouTube, en el cual publicamos los videos y piezas institucionales. Por otra parte También hacemos uso del correo institucional, esto con el fin compartir con el personal Asistencial y administrativo información institucional (boletines informativos, circulares, cartas y demás documentos que requieran socialización interna).

10. CUANTO DINERO HA INVERTIDO EN LAS REDES SOCIALES DEL SEÑOR ALCALDE Y CUANTO EN LA ALCALDIA DE B/MANGA? DISCRIMINE TWITTER, FACEBOOK, INSTAGRAM.

NO APLICA.

11. ANEXE COPIA DEL CONTRATO CON AVIANCA PARA LA DIFUSION DEL VIDEO DE LA LOGICA, ETICA Y ESTETICA.

NO APLICA.

12. ANEXE COPIA DEL CONTRATO FIRMADO CON LA FIRMA EUCOL PARA DIFUNDIR LA IMAGEN DEL ING. RODOLFO HERNANDEZ.

NO APLICA.

13. ANEXE COPIA DEL CONTRATO PARA EL DISEÑO DEL PERIODICO DE REDES SOCIALES QUE ESTA CIRCULANDO POR LA CIUDAD.

NO APLICA.

14. ANEXE COPIA DEL CONTRATO DE IMPRESIÓN Y DISTRIBUCION DEL PERIODICO DE REDES SOCIALES?

NO APLICA.

15. RELACIONE EL GASTO Y BENEFICIARIOS DE PUBLICIDAD DE LA ALCALDIA EN MEDIOS LOCALES, NACIONALES E INTERNACIONALES 2016-2017.

NO APLICA.

Atentamente,


JUAN EDUARDO DURAN DURAN
Gerente ESE ISABU