FORMULARIO DE RENDICIÓN DE CUENTAS
MEDIOS DE COMUNICACIÓN

DATOS GENERALES	
RUC:	1,16E+11
INSTITUCIÓN/MEDIO:	CANAL SUR 39
FUNCIÓN A LA QUE PERTENECE	Municipio de Loja
SECTOR:	NO APLICA PARA MEDIOS

TIPO DE MEDIO	RADIO		MEDIOS IMPRESOS		TELEVISIÓN	X	AUDIO Y VIDEO POR SUSCRIPCIÓN - CANAL DE SEÑAL ABIERTA		PLATAFORMAS DIGITALES	

NIVEL QUE RINDE CUENTAS:	Medio de Comunicación
PROVINCIA:	LOJA
CANTÓN:	LOJA
PARROQUIA:	EL SAGRARIO
DIRECCIÓN:	BOLIVAR Y JOSE ANTONIO EGUIGUREN ESQUINA
EMAIL:	lojacanalsur@gmail.com
TELÉFONO:	72570407 EXT 1316
PÁGINA WEB O RED SOCIAL:	www.loja.gob.ec
ADJUNTAR DOCUMENTO OFICIAL DEL RUC:	Adjuntar el documento oficial del Registro Único de Contribuyentes - RUC - digitalizado, en formato jpge, .jpg, .png, o .pdf tamaño máximo de archivo 5MB

REPRESENTANTE LEGAL	
NOMBRES DEL REPRESENTANTE:	MG. DIANA CAROLINA GUAYANAY LLAMES
CARGO DEL REPRESENTANTE:	ALCALDESA DEL CANTÓN Y REPRESENTANTE LEGAL DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN
EMAIL DE NOTIFICACIÓN: :	alcaldia@loja.gob.ec
FECHA DE DESIGNACIÓN:	26/7/2025
TELÉFONO (OPCIONAL):	570407 ext 102
CELULAR:	990045012

RESPONSABLE DEL PROCESO DE RENDICIÓN DE CUENTAS	
NOMBRES DEL RESPONSABLE:	LIC. CRISTIAN ALEJANDRO ROMERO FERNÁNDEZ
CARGO DEL RESPONSABLE:	JEFE DE NOTICIAS
EMAIL DE NOTIFICACIÓN: :	cromero@loja.gob.ec
FECHA DE DESIGNACIÓN:	20 de marzo del 2026
TELÉFONO (OPCIONAL):	72570 407 ext 316
CELULAR:	939879596

RESPONSABLE DEL REGISTRO DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS	
NOMBRES DEL RESPONSABLE:	MG. NORMA DEL CARMEN RIOFRIO BERMEO
CARGO DEL RESPONSABLE:	COORDINADORA DE RADIO
FECHA DE DESIGNACIÓN:	20 de marzo del 2026
TELÉFONO (OPCIONAL):	561379
CELULAR:	991973043
EMAIL DE NOTIFICACIÓN: :	nriofrio@loja.gob.ec
Cédula de indentidad:	1103165963
Fecha de nacimiento :	8/7/1973

PERIODO DE RENDICIÓN DE CUENTAS

De acuerdo con el reglamento vigente, se rinde cuentas del periodo fiscal concluido, comprendido entre el 1 de enero y el 31 de diciembre. Para los medios de comunicación públicos, privados y comunitarios que no estuvieron en funciones durante todo el año, rinden cuentas del tiempo en que estuvieron en funciones durante el año fiscal del que rinde cuentas.

DATOS DEL INFORME PERIODO DE RENDICIÓN DE CUENTAS	
FECHA DE INICIO:	1/1/2025
FECHA DE FIN:	31/12/2025

DATOS DEL MEDIO

FRECUENCIA (S) DEL ESPECTRO RADIOELÉCTRICO (RADIO/TV):	NÚMERO DE REPETIDORAS (RADIO/TV):	UBICACIÓN DE REPETIDORAS (RADIO/TV):	ULTIMA FECHA DE OROTGAMIENTO DE LA CONCESIÓN:	FECHA DE VENCIMIENTO DE LA CONCESIÓN:	NÚMERO DE SUCURSALES O AGENCIAS (MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES):	UBICACIÓN DE SUCURSALES O AGENCIAS (MEDIOS IMPRESOS Y DIGITALES):	DETALLAR LOS PRODUCTOS IMPRESOS (REVISTAS, PERIÓDICOS)
CANAL 39 UHF	0	0			0	0	
					0	0	

COBERTURA GEOGRÁFICA

En esta matriz se debe reportar la información de alcance territorial que tiene el medio de comunicación (Art. 6 LOC).

COBERTURA	POBLACIÓN DE ACUERDO AL ÚLTIMO CENSO NACIONAL	No. de provincias a las que llega la cobertura, publicación o circulación del medio)	Describa las provincias en las que da cobertura	No. de PERSONAS a las que da cobertura, publicación o circulación el medio	% de cobertura, publicación o circulación del medio
Nacional	16,938,986				El porcentaje se calcula entre la población del país y número de personas
Regional	16,938,986				
Local	16,938,986	1	Loja	214.855	65%

MEDIOS COMUNITARIOS

PROYECTO COMUNICACIONAL (LOC ART. 85)
TIENE PROYECTO COMUNICACIONAL

MEDIOS PÚBLICOS Y COMUNITARIOS

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS/FUNCIONES O FINES (LOC Art. 78,1).	
OBJETVOS ESTRATÉGICOS/FUNCIONES O FINES	TIPO(OBJETIVOS ESTRATÉGICOS
SI	SI

OBJETIVOS NO APLICA A MEDIOS PRIVADOS

PLANES DE CAPACITACION

EJECUTO PLANES DE CAPACITACION	SELECCIONE LA OPCIÓN :	CAPACITACION DIRIGIDA A:	No DE CAPACITACIONES	TEMATICA	FECHAS/S EN LA QUE SE REALIZÓ LA CAPACITACIÓN	TEMAS SOBRE LOS QUE REQUERIRÁN CAPACITACIÓN	LINK MEDIO DE VERIFICACIÓN
NO	CAPACITACION INTERNA	PERIODISTAS, EDITORES, PRODUCTORES, TRABAJADORES DE LA COMUNICACIÓN		(DERECHOS HUMANOS, ENFOQUES DE IGUALDAD)			Informe y registros de asistencia de las capacitaciones ejecutadas
	CAPACITACION EXTERNA	AUDIENCIAS		(ELABORACION DE CONTENIDOS CON LA CIUDADANIA estimular el conocimiento de la gestion de medios de comunicaicon social Permitir el ejercicio de los derechos a la comunicaciòn e informaciòn de las audiencias en el medio de comunicaciòn			
	NO SE IMPLEMENTÓ NINGÚN ENFOQUE						

PROMOCION DE DERECHOS

ENFOQUE IMPLEMENTADO	NOMBRE DEL PROGRAMA/S O ESPACIO/S	TIPO DE CONTENIDO:	FRECUENCIA	DESCRIPCIÓN DE LAS MEDIDAS IMPLEMENTADAS	TIEMPO/ ESPACIO TOTAL DE PROGRAMACIÓN SEMANAL	TIEMPO / ESPACIO AL AIRE ASIGNADO PARA ESTE PROGRAMA EN LA SEMANA:	PORCENTAJE DE DIFUSIÓN DE PROGRAMACIÓN	LINK MEDIO DE VERIFICACIÓN
INTERGENERACIONAL	Sur Noticias		semanales	Entrevista		60 minutos		
GÉNERO	Reportajes		semanales	Entrevista		60 minutos		
PUEBLOS Y NACIONALIDADES	Sur Noticias		semanales	Entrevista		60 minutos		
MOVILIDAD HUMANA	Reportajes		semanales	Entrevista		60 minutos		
NO SE IMPLEMENTÓ NINGÚN ENFOQUE								
PERSONAS CON DISCAPACIDAD	Reportajes	• Educativos • Noticias,		Entrevista	1 horas a la semana	30 minutos semanales		www.loja.gob.ec

TIPO DE DERECHOS DE AUTORES APROBADOS POR EL SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES - SENADI:			
TIPO DE DERECHOS DE AUTORES APROBADOS POR EL IEPI	NÚMERO DE DERECHOS POR TIPO	NÚMERO DE DERECHOS PAGADOS	LIKK MEDIO DE VERIFICACIÓN
Elegir del menú desplegable, una de las opciones: NOVELAS POEMAS OBRAS DE TEATRO PROGRAMAS INFORMATIVOS PELÍCULAS COMPOSICIONES MUSICALES COREOGRAFÍA PINTURA DIBUJOS FOTOGRAFÍAS PUBLICIDAD OTRAS			Por cada tipo de derecho de autor reportado, el link de verificación deberá contener alguna de las siguientes opciones: 1. Comprobante de derechos de autor registrados por el medio en SENADI 2. Registro de pagos realizados a una o varias sociedades de gestión colectiva de autores

ADQUISICION DE DERECHOS DE DIFUSION TELEVISIVA DE PRODUCCION NACIONAL INDEPENDIENTE: (LOC Art. 102)

EL MEDIO DE COMUNICACIÓN DE TV ABIERTA O EL SISTEMA DE AUDIO Y VIDEO POR SUSCRIPCIÓN DESTINÓ UN VALOR DE LOS MONTOS FACTURADOS Y PERCIBIDOS PARA LA ADQUISICIÓN DE LOS DERECHOS DE DIFUSIÓN TELEVISIVA DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL INDEPENDIENTE:	LA COBERTURA DEL MEDIO:	MONTO FACTURADO Y PERCIBIDO POR EL MEDIO O SISTEMA Y QUE FUERON DECLARADO EN EL EJERCICIO FISCAL DEL AÑO ANTERIOR:	MONTO DESTINADO PARA LA ADQUISICIÓN DE LOS DERECHOS DE DIFUSIÓN TELEVISIVA DE LA PRODUCCIÓN NACIONAL INDEPENDIENTE:	% DESTINADO	MEDIO DE VERIFICACIÓN:
SI / NO	Menor a los 500 mil habitantes		Identifique el monto destinado para la adquisición de los derechos de difusión televisiva de la producción nacional independiente		Link al documento oficial en el que se identifique los montos que fueron declarado en el ejercicio fiscal del año anterior y el % destinado para la adquisición de los derechos de difusión televisiva de la producción nacional independiente. En el caso de los medios públicos este porcentaje se calculará en relación con el presupuesto.
	Supera los 500 mil habitantes				

MECANISMOS DE PARTICIPACION CIUDADANA:

MEDIOS PUBLICOS (LOC ART. 78)			
MECANISMOS DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA	PONGA SI O NO	NÚMERO DE MECANISMOS IMPLEMENTADOS EN EL AÑO	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PAG. WEB DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN
CONSEJO EDITORIAL	NO	0	
CONSEJO CONSULTIVO	NO	0	
OTROS			

MECANISMOS DE AUTOREGULACIÓN Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA: (ART. 9, 38, 91.4 LOC)

MEDIOS PRIVADOS Y COMUNITARIOS		
Tipo de instrumento/ instancia / mecanismo	Cuenta con instrumento/ instancia / mecanismos de autorregulación:	Link al Medio de verificación
Código deontológico	SI / NO	Link al documento publicado y difundido en su página web.
Código de ética	SI / NO	
Código de autorregulación	SI / NO	
Código de editores	SI / NO	
Estatutos de redacción	SI / NO	
Políticas editoriales y / o informativas	SI / NO	
Manuales de estilo	SI / NO	
Otros	SI / NO	

LOC ART. 91.4				
Órganos, instancias o instrumentos de aplicación y seguimiento de las autorregulaciones	Cuenta con instrumento/ instancia / mecanismos de autorregulación:	No. de veces en que se activó	No. de acciones ejecutadas	Link al Medio de verificación
- Consejo de prensa	SI / NO			Link al Informe de gestión en el que se detalle las acciones reportadas con la firma del responsable.
- Defensorías de audiencias	SI / NO			
- Consejos editoriales	SI / NO			
- Auditorías de autorregulación	SI / NO			
- Asociación de autocontrol	SI / NO			
Voluntario de medios	SI / NO			
Otra	SI / NO			

LOC ART. 91.4					
Mecanismos para facilitar el acceso de los ciudadanos a la información y también, para optimizar las relaciones entre Estado, medios, ciudadanía	Cuenta con instrumento/ instancia / mecanismos de autorregulación:	No de mecanismos activados:	Objeto/motivo/razón de la activación del mecanismo	No. De propuestas/ solicitutdes atendidas/ informes emitidos:	Link al Medio de verificación
Consejos de audiencias	SI / NO				WWW.LOJA-GOB.EC https://www.loja.gob.ec/search/node/RENDICION%20DE%20CUENTAS
Consultas públicas	si	ninguno		información	
Mecanismos de transparencia	SI	LOTAIPI			
Observatorios	SI / NO				
Veedurías ciudadanas	SI / NO				
Otras formas organizativas para el control, evaluación y verificación de la gestión de los medios de comunicación	SI	REDES SOCIALES MEDIOS https://www.facebook.com/radiomunicipal90.1fm			

TODOS LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

RECLAMOS PRESENTADOS POR LA CIUDADANÍA. REGLAMENTO GENERAL LOC Art. 23. Y 24, REGLAMENTO EMITIDO SOBRE CAMPAÑAS					
SE PRESENTARON SOLICITUDES DE RÉPLICA O RECTIFICACIÓN:	TIPO DE SOLICITTUD:	NÚMERO DE SOLICITUDES RECIBIDAS	No. DE SOLICITUDES ATENDIDAS FAVORABLEMENTE	No. DE SOLICITUDES ATENDIDAS CONTESTADAS NEGATIVAMENTE	LINK MEDIO DE VERIFICACIÓN
NO	SOLICITUD DE RECTIFICACIÓN				Link al Informe de las solicitudes recibidas y atendidas por el medio con la firma del responsable
	DERECHO A LA RÉPLICA O RESPUESTA				Link al Informe de las solicitudes recibidas y atendidas por el medio con la firma del responsable
	CAMPAÑA/S EDUCATIVA/S EJECUTADAS	No de acciones dispuestas	No. De acciones ejecutadas	Check list temas sobre los cuales se realizó la/s campaña/s educativa/s: - Erradicación de todo tipo de violencia, - Lucha contra la drogadicción, - Lucha contra el racismo - Lucha contra la discriminación, - A favor del incentivo cultural, - En beneficio del sector turístico - A favor de los valores.	Link al Informe sobre las campañas realizadas con firma de responsable
	OTRO				

PROCESO DE RENDICION DE CUENTAS:

FASE	PASOS DEL PROCESO DE RENDICIÓN DE CUENTAS	PONGA (SI/NO)	DESCRIBA LA EJECUCIÓN DE LOS PASOS	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PAG. WEB DE LA INSTITUCIÓN
FASE 1	CONFORMACIÓN DEL EQUIPO DE RENDICIÓN DE CUENTAS	SI		
FASE 1	DISEÑO DE LA PROPUESTA DEL PROCESO DE RENDICIÓN DE CUENTAS	SI		
FASE 2	EVALUACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL	SI		
FASE 2	LLENADO DEL FORMULARIO DE INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS ESTABLECIDO POR EL CPCCS	SI		
FASE 2	REDACCIÓN DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS	SI		
FASE 2	SOCIALIZACIÓN INTERNA Y APROBACIÓN DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS POR PARTE DE LOS RESPONSABLES	SI		
FASE 3	DIFUSIÓN DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS A TRAVÉS DE DISTINTOS MEDIOS	SI		
FASE 3	PLANIFICACIÓN DEL ESPACIO DELIBERATIVO	SI		
FASE 3	CONVOCATORIA AL EVENTO DE RENDICIÓN DE CUENTAS A LA CIUDADANÍA	SI		
FASE 3	ENVÍO CUENTAS A LA CIUDADANÍA EN LA PLAZO ESTABLECIDO	SI		
FASE 3	INCORPORACIÓN DE LOS APORTES CIUDADANOS EN EL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS	SI		
FASE 4	ENTREGA DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS AL CPCCS, A TRAVÉS DEL INGRESO DEL INFORME EN EL SISTEMA VIRTUAL	SI		
DESCRIBA LOS PRINCIPALES LOGROS CIUDADANOS				

DATOS DE LA DELIBERACIÓN PÚBLICA Y EVALUACIÓN CIUDADANA DE RENDICIÓN DE CUENTAS:

Fecha en que se realizó la deliberación pública y evaluación ciudadana de rendición de cuentas	Nº DE USUARIOS	GENERO			NACIONALIDADES O PUEBLOS				
		MUJERES	HOMBRES	LGBTI	AFROS	MESTIZO	OTROS	MONUBIO	MONTUBIO/MONTUBIA
8/4/2026									

INCORPORACIÓN DE LOS APORTES CIUDADANOS DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS DEL AÑO ANTERIOR EN LA GESTIÓN INSTITUCIONAL:				
DESCRIBA LOS PRINCIPALES APORTES CIUDADANOS INCORPORADOS EN LA RENDICIÓN DE CUENTAS DEL PERÍODO ANTERIOR	Nº DE INCORPORTO AL APORTE CIUDADANOS EN LA GESTIÓN INSTITUCIONAL/ PONGA	PORCENTAJE DE AVANCE DE CUMPLIMIENTO	DESCRIPCIÓN DE RESULTADOS	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN

TRANSPARENCIA Y ACCESO A LA INFORMACIÓN DE LA GESTIÓN INSTITUCIONAL Y DE SU RENDICIÓN DE CUENTAS:

MECANISMOS ADOPTADOS	PONGA SI O NO	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PAG. WEB DE LA INSTITUCIÓN
PUBLICACIÓN EN LA PAG. WEB DE LOS CONTENIDOS ESTABLECIDOS EN EL ART. 10 DE LA LOTAIP	SI	WWW.LOIA.GOB.EC
PUBLICACIÓN EN LA PAG. WEB DEL INFORME DE RENDICIÓN DE CUENTAS Y SUS MEDIOS DE VERIFICACIÓN ESTABLECIDOS EN EL NUMERAL 12 DEL ART. 10 DE LA LOTAIP	SI	WWW.LOIA.GOB.EC

ESPACIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL NACIONAL (LOC Art. 97 Y RGLOC Art. 98)

En esta matriz no se puede incluir en el porcentaje destinado a la producción nacional y nacional independiente el tiempo dedicado a publicidad o servicios de televenta.

CUENTA CON ESPACIO DESTINADO EN SU PROGRAMACIÓN PARA TODO PÚBLICO A LA DIFUSIÓN DE PRODUCCIONES NACIONALES	NÚMERO TOTAL DE HORAS AL AIRE / PERIODO DE DIFUSIÓN
SI / NO	

ESPACIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL NACIONAL (LOC Art. 97)

NOMBRE DEL PROGRAMA/ESPACIO	TIPO DE PRODUCCIÓN	TIPO DE PROGRAMA /ESPACIO QUE SE DIFUNDE	NÚMERO TOTAL DE HORAS AL AIRE / ESPACIO APTO PARA TODO PÚBLICO QUE DESTINA A LA DIFUSIÓN DEL PROGRAMA /ESPACIO	PORCENTAJE	NOMBRE DEL PRODUCTORA	MEDIOS DE VERIFICACIÓN
	SELECCIONE: -PRODUCCION NACIONAL -PRODUCCION NACIONAL INDEPENDIENTE	- CINEMATOGRÁFICAS Y DE CREACIONES AUDIOVISUALES, - DE PROGRAMAS Y SERIES ARGUMENTALES, - DOCUMENTALES, - EXPERIMENTALES, - DE ANIMACIÓN Y DE TÉCNICA MIXTA; - PRODUCCIONES DE VIDEO ARTE, - VIDEOS MUSICALES, - TELENOVELAS - OTRAS PRODUCCIONES DE AUTOR.				Documento de la programación diaria con la identificación de los campos indicados en esta matriz con la firma del representante legal. Horario para todo público (06h00 a 18h00). En el caso de la producción nacional independiente reporte el informe de acreditación del INSTITUTO DE CINE Y CREACION AUDIOVISUAL - ICCA

ESPACIOS DE PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL INDEPENDIENTE(LOC Art. 97, 102 Y RGLOC Art. 98)

Los medios de televisión abierta y los sistemas de audio y video por suscripción que tengan dentro de su grilla de programación uno o más canales cuya señal se emite desde el territorio ecuatoriano.

EMITIÓ LARGOMETRAJES PRODUCCIÓN NACIONAL INDEPENDIENTE	NO. DE LARGOMETRAJES DE PRODUCCIÓN NACIONAL INDEPENDIENTE QUE DIFUNDIÓ	LA COBERTURA DEL MEDIO SUPERA LOS 500 MIL HABITANTES	IDENTIFIQUE SI EL LARGOMETRAJE ES DE ESTRENO	NOMBRE DEL LARGOMETRAJE	MEDIO DE VERIFICACIÓN
SI / NO	NUMERO	SI / NO	SE HABILITA SOLO SI CONTESTA SI EN LA PREGUNTA PREVIA	DESCRIBA EL NOMBRE DEL LARGOMETRAJE	

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PRIVADOS Y COMUNITARIOS

PLANIFICACIÓN Y EJECUCIÓN.

INFORMACIÓN FINANCIERA(LOCPCCS Art.10, LEY DE EMPRESAS PÚBLICAS Art. 4)- SISTEMAS DE INFORMACIÓN

BALANCE CONTABLE			LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN
ACTIVO	PASIVO	PATRIMONIO	

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS

FINANCIAMIENTO LOC Art. 81:

ASIGNACIÓN DEL ESTADO	INGRESOS VENTA DE PUBLICIDAD	INGRESOS COMERCIALIZACIÓN PRODUCTOS COMUNICACIONALES	FONDOS PROVENIENTES DE DONACIONES, PATROCINIOS COOPERACIÓN INTERNACIONAL
0	0	0	0

PRESUPUESTO INSTITUCIONAL:

PRESUPUESTO INSTITUCIONAL	GASTO CORRIENTE PLANIFICADO	GASTO CORRIENTE EJECUTADO	GASTO DE INVERSIÓN PLANIFICADO	GASTO DE INVERSIÓN EJECUTADO

PROCESOS DE CONTRATACIÓN Y COMPRAS PÚBLICAS DE BIENES Y SERVICIOS:

TIPO DE CONTRATACIÓN	ESTADO ACTUAL				LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PAG. WEB DE LA INSTITUCIÓN
	Número Total de procesos planificados	Valor Total de procesos planificados	Número Total de procesos finalizados	Valor Total de procesos Finalizados	
ADQUISICIÓN DE BIENES INMUEBLES					
ADQUISICIÓN DE COMBUSTIBLE PARA VEHÍCULOS DE ENTIDADES CONTRATANTES					
ADQUISICIÓN DE PASAJES AÉREOS					
ARRENDAMIENTO DE BIENES INMUEBLES					
CATÁLOGO ELECTRÓNICO					
COMPRA CORPORATIVA DE ALIMENTACIÓN ESCOLAR					
CONCURSO PÚBLICO DE OFERTA TÉCNICA					
CONSULTORÍA CONTRATACIÓN DIRECTA					
CONSULTORÍA LISTA CORTA					
CONTRATACIÓN ÍNFIMA CUANTÍA					
CONTRATACIÓN MENOR CUANTÍA					
PROCEDIMIENTOS DE RÉGIMEN ESPECIAL					
PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN EN SITUACIÓN DE EMERGENCIA					
PROCEDIMIENTOS DE CONTRATACIÓN EN EL EXTRANJERO					
SERVICIOS PROFESIONALES					
SUBASTA INVERSA					
OTROS					
NO SE REALIZARON CONTRATACIONES					

ENAJENACIÓN, DONACIONES Y EXPROPIACIONES DE BIENES:

TIPO	CANT.	VALOR TOTAL	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PAG. WEB DE LA INSTITUCIÓN
ENAJENACIÓN			
EXPROPIACIONES			
DONACIONES RECIBIDAS			
DONACIONES REALIZADAS			
NINGUNA			NINGUNA

MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS, PRIVADOS Y COMUNITARIOS
CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES (LOCPCCS Art. 10 NUMERAL 7):

LABORALES	TRIBUTARIAS	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PAG. WEB DE LA INSTITUCIÓN
SI	SI	

INCORPORACIÓN DE RECOMENDACIONES Y DICTÁMENES POR PARTE DE LAS ENTIDADES DE CONTROL

ENTIDAD QUE RECOMENDÓ	No. DE INFORME DE LA ENTIDAD QUE RECOMIENDA (LINK)	No. DE DOCUMENTO CON EL CUAL SE DA CUMPLIMIENTO	% DE CUMPLIMIENTO DE LAS RECOMENDACIONES	OBSERVACIONES	LINK AL MEDIO DE VERIFICACIÓN PUBLICADO EN LA PAG. WEB DE LA INSTITUCIÓN
CONTRALORÍA GENERAL DEL ESTADO					El link de verificación con precisión deberá direccionar a: - El informe de recomendaciones de la institución de control respectiva. - El informe de implementación de la institución que reporta. - En el caso de la Contraloría General del Estado adjuntar el Reporte General de Informes.
SUPERINTENDENCIA de ORDENAMIENTO TERRITORIAL					
DEFENSORÍA DEL PUEBLO					
CONSEJO DE PARTICIPACIÓN CIUDADANA Y CONTROL SOCIAL					
SUPERINTENDENCIA DE BANCOS					
SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍA,S, VALORES Y SEGUROS					
SUPERINTENDENCIA DE COMPETENCIA ECONÓMICA					
SUPERINTENDENCIA DE PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES					
SUPERINTENDENCIA DE ECONOMÍA POPULAR Y SOLIDARIA					
CONSEJO DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN					
CONSEJO DE DESARROLLO Y PROMOCIÓN DE LA INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN					
PROCURADURÍA GENERAL DEL ESTADO					
CONSEJO DE ASEGURAMIENTO DE LA CALIDAD DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR					