



REPÚBLICA DE COLOMBIA



RESOLUCIÓN No 2218 DE 2021
19-07-2021



20212130022185

*“Por la cual se resuelve el Recurso de Reposición interpuesto por la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO**, en contra de la Resolución No. 20212130009345 del 21 de abril de 2021, que decide la actuación administrativa iniciada a través del Auto No. 20212130000194 del 13 de enero de 2021, frente al empleo ofertado con el Código OPEC 66328 en el Proceso de Selección No. 816 de 2018, en el marco de la Convocatoria DISTRITO CAPITAL-CNSC”*

EL COMISIONADO NACIONAL DEL SERVICIO CIVIL,

En ejercicio de las facultades conferidas en el artículo 130 de la Constitución Política y en especial las previstas en la Ley 909 de 2004, la Ley 1437 de 2011, el Decreto Ley 760 de 2005, el Decreto 1083 de 2015, el Acuerdo CNSC No. 542 de 2015, el Acuerdo CNSC No. 558 de 2015, y

CONSIDERANDO:

1. ANTECEDENTES.

Mediante Resolución No. 20212130009345 del 21 de abril de 2021¹, *“Por la cual se decide la Actuación Administrativa iniciada a través del Auto No. 20212130000194 del 13 de enero de 2021, por el presunto incumplimiento de requisitos mínimos de una (1) aspirante, con relación al empleo denominado Profesional Especializado, Código 222, Grado 19, ofertado por la SECRETARÍA DISTRITAL DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE -SDCRD-, bajo el número OPEC 66328 en el Proceso de Selección No. 816 de 2018, en el marco de la Convocatoria DISTRITO CAPITAL-CNSC”,* este Despacho de Conocimiento, entre otras cosas, resolvió lo siguiente:

*“**ARTÍCULO PRIMERO.- Excluir** de la Lista de Elegibles conformada a través de la Resolución No. 20201300091365 del 17 de septiembre de 2020, y del proceso de selección No. 816 de 2018, adelantado en el marco de la Convocatoria DISTRITO CAPITAL-CNSC, a la aspirante que se relaciona a continuación, conforme a las consideraciones expuestas en la parte motiva del presente acto administrativo:*

| POSICIÓN EN LA LISTA | DOCUMENTO DE IDENTIFICACIÓN | NOMBRE | APELLIDOS |
|-----------------------------|------------------------------------|---------------|------------------|
| 1 | 53.113.514 | HEIDY ANDREA | ROMERO QUEVEDO |

(...)”

En el artículo segundo del acto administrativo en mención, se dispuso que contra la misma procedía Recurso de Reposición, el cual podía interponerse ante la CNSC a través del aplicativo SIMO, dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación, de conformidad con lo establecido en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo -CPACA-.

2. REQUISITOS DE FORMA Y OPORTUNIDAD.

La anterior decisión se notificó mediante el aplicativo SIMO a la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO** el día 10 de mayo de 2021, quien contaba con el término de diez (10) días hábiles para interponer Recurso de Reposición, es decir, hasta el día 25 de mayo de 2021.

La señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO** interpuso Recurso de Reposición a través del aplicativo SIMO, el 21 de mayo de 2021, con el cumplimiento de los requisitos establecidos en los numerales 1, 2 y 4 del artículo 77° de la Ley 1437 de 2011.

Conforme a lo expuesto, se procederá a resolver de fondo la solicitud.

¹ Por la cual se decide la Actuación Administrativa iniciada a través del Auto No. 20192130011494 del 21 de abril de 2021, por el presunto incumplimiento de requisitos mínimos de siete (7) aspirantes, con relación al empleo denominado Técnico Operativo, Código 314, Grado 12, ofertado por la Secretaría Distrital de Hacienda bajo el número OPEC 213015 en el marco de la Convocatoria No. 328 de 2015 - SDH.

“Por la cual se resuelve el Recurso de Reposición interpuesto por la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO**, en contra de la Resolución No. 20212130009345 del 21 de abril de 2021, que decide la actuación administrativa iniciada a través del Auto No. 20212130000194 del 13 de enero de 2021, frente al empleo ofertado con el Código OPEC 66328 en el Proceso de Selección No. 816 de 2018, en el marco de la Convocatoria DISTRITO CAPITAL-CNSC”

3. FUNDAMENTOS DEL RECURSO DE REPOSICIÓN.

Analizado el escrito contentivo del Recurso de Reposición, puede colegirse que este encuentra sustento, principalmente, en las siguientes aseveraciones:

“En febrero 8 de 2021, ejercí el respectivo derecho a la defensa y contradicción, dando respuesta oportuna a la solicitud de exclusión del cargo profesional especializado grado 19, bajo el código OPEC 66328 por parte de la Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte - SDCRD, que me fue comunicado en el Auto No. 20212130000194 del 13 de enero de 2021. Sin embargo, me encuentro con la sorpresa de la respuesta de la resolución mencionada en el asunto, en la cual me excluyen de la lista de elegibles donde quedé en primer lugar, por un motivo totalmente diferente al que me habían informado inicialmente en la actuación administrativa mencionada y de la cual extraigo la evidencia en el siguiente apartado: (...)

En la actuación administrativa, la razón de exclusión que me notificaron, hablaba de la falta de firmas en mis certificados de estudios, sin embargo, la Comisión Nacional del Servicio Civil- CNSC, cometió el error de no informarme de manera correcta sobre las razones que había dado la SDCRD para excluirme, por tal motivo, yo di mis argumentaciones según lo manifestado expresamente en el documento notificado y no en los motivos que ahora me informan en la resolución. Esta equivocación, afectó en forma sustancial el contenido del auto administrativo, ya que hizo que yo no pudiera presentar mi defensa oportuna frente a las razones que realmente había otorgado la SDCRD sobre mi exclusión, los cuales hasta ahora se me han expresado.

Por lo tanto, este hecho como consecuencia, generó una respuesta desfavorable en mi caso por parte de la CNSC, al aceptar mi exclusión de la lista. Por otra parte, con respecto a las motivaciones de exclusión que hasta ahora se me notifican y que reitero no fueron mencionadas en el acto administrativo relacionado en el asunto, se presentan en el documento como las siguientes: (...)

En mi caso concreto, presenté mi título de **Profesional en Publicidad** otorgado por la Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, para que fuera validado como requisito mínimo de estudios, toda vez que el cargo denominado profesional especializado grado 19, identificado con el código número OPEC 66328, solicitó entre sus requisitos de estudios los siguientes:

“(...) Título profesional que corresponda a uno de los siguientes Núcleos Básicos del Conocimiento -NBC: - Comunicación social, periodismo y afines -**Publicidad y afines**- Diseño Título de posgrado. Matrícula o tarjeta profesional en los casos reglamentados por la ley. (...)”

Es decir, para el cargo al cual me postulé, se requerían profesiones pertenecientes, entre otras, a aquellas del Núcleo Básico de Conocimiento - NBC de Publicidad afines, donde se pueden encontrar profesiones como: **Profesional en Publicidad**, Profesional en Publicidad y Mercadeo, Publicidad y Marketing creativo, Comunicación gráfica publicitaria, entre otros.

Ahora bien, efectivamente al verificar en el SNIES, mi carrera de Profesional en Publicidad, la institución donde realicé los estudios, la tiene clasificada dentro del NBC de Artes plásticas, visuales y afines. Sin embargo, frente al caso me permito presentar los siguientes argumentos de defensa con respecto a este tema:

El Decreto 1083 de 2015 determinó en su artículo 2.2.2.4.9 lo siguiente: “(...) Para el ejercicio de los empleos que exijan como requisito el título o la aprobación de estudios en educación superior, las entidades y organismos identificarán en el manual específico de funciones y de competencias laborales, los Núcleos Básicos del Conocimiento -NBC- que contengan las disciplinas académicas o profesiones, de acuerdo con la clasificación establecida en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior - SNIES. (...)”

Teniendo en cuenta lo anterior, y también los diferentes conceptos aclaratorios que ha dado el Departamento Administrativo de la Función Pública - DAFP frente al tema de los núcleos básicos de conocimiento, se ha explicado reiteradas veces, que la determinación de registrar en los manuales específicos de funciones el Núcleo Básico de Conocimiento - NBC como requisito de formación profesional, y no las disciplinas académicas o profesiones, fue establecida con la intención de permitir **reunir todas las disciplinas académicas en unos pocos núcleos básicos del conocimiento**, haciendo más fácil la provisión del empleo, para no incurrir en modificaciones recurrentes de los manuales, por la **falta de inclusión de profesiones que cumplieran con los requisitos de desempeño de funciones en un cargo ofertado**.

Para el caso particular de la OPEC código 66328 de la Convocatoria No. 816 de 2018 del Distrito Capital, este cargo requiere de todas las disciplinas que están en el NBC de Publicidad y afines, lo que significa que la entidad claramente está solicitando, por la naturaleza de las funciones a desempeñar en el cargo, la disciplina académica de **Profesional en Publicidad**, profesión de la cual ostento un título universitario de **la misma denominación** como evidencian mis documentos presentados en la convocatoria y que presento a continuación: (...)

Independientemente que la institución donde realicé mis estudios, tenga la carrera registrada en el NBC de Artes plásticas visuales y afines, esta clasificación no puede generar automáticamente la invalidez de la esencia de toda mi formación profesional, que cuenta con una **orientación tanto publicitaria como comunicativa**. Igualmente, no se podría inferir que mi profesión, al estar clasificada en un NBC diferente a Publicidad y afines por asuntos propios de la Universidad donde estudié, tiene un énfasis relacionado con artes, o por otro lado, que es una profesión totalmente apartada de la esencia de formación solicitada para el cargo a desempeñar, en comparación con otras profesiones con igual titulación en Profesional en Publicidad, que sí están clasificadas en el NBC de Publicidad y afines; la evidencia de esto se puede constatar en el certificado de notas otorgado por la

“Por la cual se resuelve el Recurso de Reposición interpuesto por la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO**, en contra de la Resolución No. 20212130009345 del 21 de abril de 2021, que decide la actuación administrativa iniciada a través del Auto No. 20212130000194 del 13 de enero de 2021, frente al empleo ofertado con el Código OPEC 66328 en el Proceso de Selección No. 816 de 2018, en el marco de la Convocatoria DISTRITO CAPITAL-CNSC”

Universidad, que me permito presentar a continuación, el cual ratifica que el programa académico que cursé para la carrera de Publicidad, aporta toda la formación requerida para cumplir con el propósito principal y el desarrollo de las funciones del empleo al cual me postulé: (...)

Al hacer un cuadro comparativo, se puede identificar con claridad, la equivalencia entre el propósito y las funciones del cargo, en comparación con el pensum académico cursado:

| Propósito y funciones requeridas por la OPEC 66328 Convocatoria No. 816 de 2018 | Formación académica relacionada con las funciones solicitadas en el cargo |
|--|--|
| <p>Propósito: Desarrollar acciones para la gestión de divulgación, difusión y comunicación de la secretaría y del sector, en cumplimiento de las metas institucionales y las políticas de comunicación distritales.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mantener permanentemente interlocución con las audiencias de la Secretaría, los medios de comunicación, y las líneas de información que para el efecto se establezcan. • Realizar actividades para el cubrimiento de eventos, investigación, redacción de noticias y entrevistas. • Elaborar informes y documentos relacionados con el proceso de comunicaciones que se requieran a nivel interno y externo. • Orientar a las dependencias en la identificación de productos comunicativos que visibilicen los logros y resultados de gestión, conforme a los lineamientos Distritales de comunicación. • Desarrollar acciones para fortalecer las relaciones con los medios de comunicación, tradicionales, digitales y comunitarios, en el marco de la política de comunicaciones institucional. • Diseñar e implementar la estrategia de comunicaciones interna corporativa de acuerdo con las necesidades comunicacionales. • Acompañar el diseño conceptual y creativo de campañas específicas que se requieran para difusión de programas o actividades del Sector Cultura, Recreación y Deporte. • Realizar la preproducción y producción de los productos audiovisuales que requiera el proceso de comunicaciones. • Desempeñar las demás funciones que le sean asignadas por la autoridad competente, de acuerdo con el área de desempeño, el nivel jerárquico y la naturaleza del empleo. | <ul style="list-style-type: none"> • Fundamentos de la Comunicación • Elementos de Publicidad • Lingüística General I y II • Semiología I y II • Humanidades I, II, III, IV, y V • Gestión Organizacional I y II • Comunicación de masas Globalización y los medios • Psicología y publicidad • Sociología y publicidad • Estrategias de Medios • Fotografía e Imagen • Fundamentos de Campañas Publicitarias • Redacción publicitaria • Diseño Publicitario I y II • Práctica Publicitaria I y II • Técnicas de comunicación audiovisual • Estética Publicitaria • Producción de Cine Video y Televisión publicitaria • Pedagogía Constitucional • Teoría Crítica • Teoría estética • Estética publicitaria • Funcionalismo y estructuralismo |

(...)

Como también lo ha manifestado el DAFP, no necesariamente deben contemplarse todos los NBC como requisito de formación académica para el desempeño de un empleo, sino que tal requisito se define **con base en la descripción funcional del empleo (propósito principal y descripción de funciones esenciales).**

Según lo manifestado anteriormente, es importante resaltar que el hecho de que una persona como en mi caso, que obtiene un título de pregrado denominado Profesional en Publicidad y que es una de las disciplinas que claramente se solicita en la OPEC 66328, aunque esté registrada con el NBC de Artes plásticas y afines, no puede ser el criterio que automáticamente desvirtúe la validez de mi título y no se me reconozca mi formación profesional, cuando se ha comprobado con los anteriores documentos, que la esencia de mi profesión es totalmente afín a los requerimientos del cargo. Además, es importante agregar que mi experiencia profesional, que también acredité en los requisitos mínimos, ratifica que cuento con más de 11 años de experiencia ejerciendo labores relacionadas con las funciones del empleo al cual me postulé.

En conclusión, es totalmente válido que el título de Profesional en Publicidad en este caso, se pueda encontrar ubicado en núcleos diferentes y aun así mantenga la equivalencia de formación, cumpliendo así, con la exigencia establecida en el Manual Específico de Funciones y Competencias Laborales para desempeñar el cargo. En este sentido, se debe aplicar los principios que regulan la Carrera Administrativa y proteger al aspirante, **al demostrar la relación directa de su profesión, con otra de igual denominación ofertada para el empleo.**

Considero así, que la CNSC debe en justicia y en derecho, revocar la decisión de exclusión presentada en la resolución No. 0934_20212130009345 del 21 de abril de 2021, esto con el fin de salvaguardar mi derecho al debido proceso, a la igualdad, al principio de favorabilidad, al trabajo y al acceso a cargos públicos por concurso de méritos, ya que no se me permitió ejercer el apropiado alegato de defensa, al comunicarme un motivo erróneo

“Por la cual se resuelve el Recurso de Reposición interpuesto por la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO**, en contra de la Resolución No. 20212130009345 del 21 de abril de 2021, que decide la actuación administrativa iniciada a través del Auto No. 20212130000194 del 13 de enero de 2021, frente al empleo ofertado con el Código OPEC 66328 en el Proceso de Selección No. 816 de 2018, en el marco de la Convocatoria DISTRITO CAPITAL-CNCS”

de exclusión en la Actuación Administrativa a través del Auto No. 20212130000194 del 13 de enero de 2021, y además, porque he presentado las evidencias que ratifican el cumplimiento del requisito mínimo de estudios con el título de Profesional en Publicidad, profesión que se requiere en la OPEC y que a su vez, cumple con la formación académica y los conocimientos esenciales para ejercer el cargo, como lo ratifica el programa de estudios y la carta de la Universidad Jorge Tadeo Lozano presentados como prueba.

Solicito, además, se dé respuesta en los términos de ley, ya que, el error mencionado con anterioridad, ha causado demoras que continúan extendiendo significativamente los tiempos de respuesta para la solución de mi caso”

4. MARCO NORMATIVO.

El literal c) del artículo 12 de la Ley 909 de 2004 establece, dentro de las funciones de vigilancia atribuidas a la Comisión Nacional del Servicio Civil, relacionadas con la aplicación de las normas sobre carrera administrativa, lo siguiente: “c) [...] Toda resolución de la Comisión será motivada y contra las mismas procederá el recurso de reposición.”

Por su parte, el artículo 16 del Decreto Ley 760 de 2005, dispone:

“**ARTÍCULO 16.** La Comisión Nacional del Servicio Civil una vez recibida la solicitud de que trata los artículos anteriores y de encontrarla ajustada a los requisitos señalados en este decreto, iniciará la actuación administrativa correspondiente y comunicará por escrito al interesado para que intervenga en la misma.

Analizadas las pruebas que deben ser aportadas por la Comisión de Personal y el interesado, la Comisión Nacional del Servicio Civil adoptará la decisión de excluir o no de la lista de elegibles al participante. Esta decisión se comunicará por escrito a la Comisión de Personal y se notificará al participante y contra ella procede el recurso de reposición, el cual se interpondrá, tramitará y decidirá en los términos del Código Contencioso Administrativo.”

De otra parte, los Acuerdos 555 y 558 de 2015, los cuales adicionan el artículo 9° del Acuerdo número 179 de 2012 que estableció la estructura de la Comisión Nacional del Servicio Civil (CNCS) y determinó las funciones de sus dependencias, señalan que las actuaciones administrativas tendientes a decidir la exclusión o inclusión de los aspirantes, así como los actos administrativos que las resuelven y los recursos que procedan frente a la decisión adoptada, se deben tramitar por cada Despacho en desarrollo de los procesos de selección que tiene a su cargo, sin que sea necesario someterlos a decisión de la Sala Plena.

La Convocatoria DISTRITO CAPITAL-CNCS, está adscrita al Despacho del Comisionado Fridole Ballén Duque, por lo tanto, el Despacho es competente para resolver el recurso de reposición conforme a lo dispuesto en los artículos 74 y siguientes del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo -CPACA-.

5. CONSIDERACIONES PARA DECIDIR.

A continuación se relacionan los requisitos exigidos para el empleo identificado con el código OPEC No. 66328, ofertado por la SECRETARÍA DISTRITAL DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE -SDCRD-, objeto de la solicitud de exclusión:

| OPEC | DENOMINACIÓN | CÓDIGO | GRADO | NIVEL |
|--|---------------------------|--------|-------|-------------|
| 66328 | Profesional Especializado | 222 | 19 | Profesional |
| REQUISITOS | | | | |
| <p>Estudio: Título profesional que corresponda a uno de los siguientes Núcleos Básicos del Conocimiento - NBC: - Comunicación social, Periodismo y afines - Publicidad y afines - Diseño Título de posgrado. Matrícula o Tarjeta Profesional en los casos reglamentados por la ley.</p> | | | | |
| <p>Experiencia: Veintisiete (27) meses de experiencia profesional.</p> | | | | |
| <p>Equivalencia: Las equivalencias adoptadas en el artículo 25 del Decreto Ley 785 de 2005, o la norma que la modifique, adicione o sustituya.</p> | | | | |

A continuación se lleva a cabo el análisis de los argumentos expuestos por la recurrente, así:

Es preciso mencionar que la Comisión de Personal de la Secretaría Distrital de Cultura Recreación y Deporte -SDCRD- se fundamentó en el hecho de que los títulos de pregrado aportados por la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO**, es decir:

- Título de Profesional en Publicidad, conferido el **29 de septiembre de 2005**, por la Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

“Por la cual se resuelve el Recurso de Reposición interpuesto por la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO**, en contra de la Resolución No. 20212130009345 del 21 de abril de 2021, que decide la actuación administrativa iniciada a través del Auto No. 20212130000194 del 13 de enero de 2021, frente al empleo ofertado con el Código OPEC 66328 en el Proceso de Selección No. 816 de 2018, en el marco de la Convocatoria DISTRITO CAPITAL-CNSC”

- Título de Profesional en Mercadeo, conferido el **20 de septiembre de 2007**, por la Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.

No pertenecen a los Núcleos Básicos del Conocimiento (NBC) requeridos en la OPEC del empleo ofertado, es decir, “Comunicación social, periodismo y afines - Publicidad y afines - Diseño”.

Al respecto, la CNSC hizo la consulta pertinente en el SNIES² y tras el análisis de rigor determinó que, en efecto, los títulos de pregrado aportados por la aspirante no hacen parte de los NBC requeridos en la OPEC.

Ahora bien, con el contexto expuesto es menester traer a colación el argumento de la recurrente para determinar si es procedente o no reponer la decisión inicial, pero, antes es necesario reseñar que el análisis se centrará en el título de Publicidad, toda vez que sobre él se suscita la controversia, puesto que es claro que el título de Mercadeo no coincide con lo requerido ni en disciplina académica ni en NBC, en tanto que Publicidad SI es una Disciplina consagrada en la OPEC.

Es necesario dar observancia a lo expuesto por la por la Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano en escrito del 21 de mayo de 2021, incorporado al recurso, pues, la recurrente lo trae a colación así:

“En respuesta a su solicitud interpuesta a través de la Mesa de Ayuda de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, con fecha 30 de abril del presente año, atentamente me permito dar respuesta a su consulta en los siguientes términos:

Dada la condición epistemológica y profesional de la carrera universitaria de Publicidad en Colombia, las universidades enfocan su oferta desde diversas facultades o áreas disciplinares de formación. En breve, puede decirse que se ubica la profesión publicitaria en facultades de ciencias sociales, de comunicación, de mercadeo, de ciencias económicas administrativas y facultades de ciencias humanas, artes y/o diseño. En nuestro caso se encuentra ubicada en la Facultad de Artes y Diseño y su inscripción en el SNIES de acuerdo con la Clasificación Internacional Normalizada de Educación (CINE), se encuentra en el Campo amplio de Artes y Humanidades, Campo específico de Artes y Campo detallado de Bellas Artes. En cuanto al núcleo Básico de Conocimiento NBC, se encuentra ubicada en el Área del conocimiento de Bellas Artes y con núcleo básico de conocimiento en Artes Plásticas, Visuales y afines. Lo anterior debido al enfoque epistemológico de nuestro Programa y, de otra parte, por tratarse de un programa registrado en el SNIES con más tres décadas, fue ubicado en las áreas de conocimiento que se encontraban disponibles en el Sistema de Información de la Educación Superior en esa época.

Consideramos que esta clasificación fortalece y da un énfasis particular y diferencial a la educación de alta calidad de nuestro Programa, el cual es pionero en Colombia en la formación de publicistas que han contribuido definitivamente al desarrollo y consolidación de la industria publicitaria de nuestro País.

En lo particular, el perfil del Profesional en Publicidad de la Universidad Jorge Tadeo Lozano está cimentado en tres grandes pilares del campo publicitario. El primero, se constituye a partir del núcleo básico de la Facultad de Artes y Diseño y se relaciona con los procesos de pensamiento Creativo, las Artes y los Diseños. El segundo, tiene que ver con los procesos de planificación estratégica desde el aporte de las ciencias sociales, humanas y económico administrativas. Por último, la Responsabilidad social y ambiental como uno de los aspectos diferenciales del Programa.

*Así el publicista egresado de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, es ante todo un profesional responsable que aporta sus conocimientos a la sociedad desde los diferentes frentes y campos de acción que lo llevan a investigar sobre distintas problemáticas que sufren las comunidades, **asumiendo la dirección de procesos publicitarios con el propósito de dar solución a estas necesidades**. Para cumplir con este objetivo crea lenguajes y se apoya en métodos actualizados para el manejo de la información **que conllevan a la planeación, el diseño y el desarrollo de campañas de tipo comercial y de bien público, siendo un profundo conocedor sobre los medios de comunicación convencionales y alternativos**.*

En el ejercicio de su profesión, el Profesional en Publicidad de Utadeo es reconocido en el ámbito por sus procesos de pensamiento que favorecen el desarrollo creativo del discurso publicitario, por lo que puede desempeñarse como parte de una organización o independiente en los siguientes roles:

- **Ejecutivo:** estructura y complementa información de mercadeo, diseña estrategias de publicidad en equipo; coordina y supervisa la ejecución del proceso publicitario y administrativo desarrollando desde las diferentes unidades de negocio.
- **Creativo:** diseña y desarrolla estrategias de comunicación publicitaria, dirige los departamentos conformados por redactores publicitarios y temas de campaña e introduce nuevos lenguajes al campo publicitario.
- **Planificador de medios:** diseña y desarrolla estrategias para las centrales de medios, desde donde formula y mide impactos de penetración de las campañas publicitarias; analiza la actividad competitiva en los diferentes medios; realiza negociaciones; ejecuta, controla y optimiza presupuestos de medios.

² Sistema Nacional de Información de la Educación Superior, enlace: <https://hecaa.mineducacion.gov.co/consultaspublicas/detallePrograma>

“Por la cual se resuelve el Recurso de Reposición interpuesto por la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO**, en contra de la Resolución No. 20212130009345 del 21 de abril de 2021, que decide la actuación administrativa iniciada a través del Auto No. 20212130000194 del 13 de enero de 2021, frente al empleo ofertado con el Código OPEC 66328 en el Proceso de Selección No. 816 de 2018, en el marco de la Convocatoria DISTRITO CAPITAL-CNSC”

- **Director de producción:** coordina, dirige, supervisa y evalúa las distintas etapas de la producción conociendo cada una de las técnicas que sirven como herramienta para optimizar la realización de los mensajes publicitarios.
- **Director de imagen corporativa:** maneja la imagen empresarial y desarrolla estrategias para valorar la marca.
- **Investigador:** el egresado del programa de publicidad de Utadeo, conoce y aplica diferentes métodos de investigación acerca del producto de la competencia, del mercado y las tendencias en los hábitos de consumo.

Para cumplir con este propósito de formación, en el año en que Heidy Andrea Romero Quevedo es graduada (2005), el Programa contaba con el siguiente plan de estudios en el que, como puede verse, se fortalece la formación en los pilares creativo, estratégico y de responsabilidad social.

| FUNDAMENTACION | CODIGO | ASIGNATURAS | # DE HORAS | # DE CREDITOS | REQUISITOS | | |
|----------------|------------|--|--------------------------|---------------|--|--------|--------|
| BASICA | 201104 | Comunicación de Masas | 3 | 3 | Fundamentos de Comunicación | | |
| | 502106 | Estadística Descriptiva | 4 | 4 | Pensamiento Matemático | | |
| | 201102 | Funcionalismo y Estructuralismo | 3 | 3 | Fundamentos de Comunicación | | |
| | 201101 | Fundamentos de Comunicación | 4 | 4 | | | |
| | 201124 | Gestión Organizacional I | 4 | 4 | | | |
| | 601307 | Linguística General I | 4 | 4 | | | |
| | 601308 | Linguística General II | 4 | 4 | Linguística General I | | |
| | 207101 | Mercadeo Básico | 4 | 4 | | | |
| | 207106 | Merchandising y Promoción de Ventas | 4 | 3 | Mercadeo Básico | | |
| | 206101 | Microeconomía | 4 | 4 | Pensamiento Matemático | | |
| | 502114 | Pensamiento Matemático | 6 | 4 | EXAMEN DE VALIDACION | | |
| | 601305 | Semiología I | 4 | 4 | | | |
| | 601306 | Semiología II | 4 | 4 | Semiología I | | |
| | 201107 | Teoría Crítica | 3 | 3 | Fundamentos de Comunicación | | |
| | 601506 | Teoría Estética I | 3 | 3 | | | |
| | ESPECIFICA | 401108 | Pedagogía Constitucional | 1 | 1 | | |
| 202101 | | Diseño Publicitario I | 5 | 3 | Estética Publicitaria | | |
| 202102 | | Diseño Publicitario II | 5 | 3 | Diseño Publicitario I | | |
| 202301 | | Elementos de la Publicidad | 3 | 3 | | | |
| 202104 | | Estética Publicitaria | 3 | 3 | Teoría Estética I | | |
| 202105 | | Estrategias de Medios | 4 | 4 | Elementos de la Publicidad | | |
| 202106 | | Fotografía e Imagen | 5 | 3 | | | |
| 202305 | | Fundamentos de Campañas Publicitarias | 4 | 4 | Sociología y Publicidad Psicología y Publicidad | | |
| 202107 | | Globalización y los Medios | 4 | 4 | Estrategias de Medios | | |
| 202306 | | Práctica Publicitaria I | 5 | 3 | Diseño Publicitario I Redacción Publicitaria Fundamentos de Campañas | | |
| 202307 | | Práctica Publicitaria II | 5 | 3 | Práctica Publicitaria I | | |
| 202102 | | Produc. de Cine, Video y T.V. Publicitaria | 6 | 4 | Fotografía e Imagen | | |
| 202303 | | Psicología y Publicidad | 4 | 4 | | | |
| 202304 | | Redacción Publicitaria | 3 | 3 | Semiología II | | |
| HUMANISTA | 202302 | Sociología y Publicidad | 4 | 4 | | | |
| | 202104 | Técnicas de Comunicación Audiovisual | 6 | 4 | Diseño Publicitario II | | |
| | 601101 | Humanidades I | 3 | 3 | | | |
| | 601102 | Humanidades II | 3 | 3 | Humanidades I | | |
| | 601103 | Humanidades III | 3 | 3 | Humanidades I | | |
| IDIOMAS | 601104 | Humanidades IV | 3 | 3 | Humanidades I | | |
| | 601105 | Humanidades V | 3 | 3 | Humanidades I | | |
| | 602101 | Inglés I | 4 | 3 | | | |
| | 602102 | Inglés II | 4 | 3 | Inglés I | | |
| | 602103 | Inglés III | 4 | 3 | Inglés II | | |
| | 602104 | Inglés IV | 4 | 3 | Inglés III | | |
| 602105 | Inglés V | 4 | 3 | Inglés IV | | | |
| 602106 | Inglés VI | 4 | 3 | Inglés V | | | |
| ASIGNATURAS 42 | | | 157 | 138 | | | |
| | | 2003-2 | 2004-2 | 2005-2 | 2007-1 | 2007-2 | 2008-1 |

El plan presentado anteriormente, estaba conformado por 4 fundamentaciones: Básica, Humanista, Especifica y el Idioma, con un total de 138 créditos y 157 horas presenciales de clase. A continuación haremos un breve recuento de la estructura curricular que presentaba el Programa de Publicidad:

El propósito de la Fundamentación Básico es el de familiarizar al estudiante con teorías, conocimientos y conceptos propios de las ciencias que son la esencia del discurso publicitario En esta fundamentación se encuentran adscritas las áreas de Lingüística, Semiótica y Semiología, Humanidades, Comunicación, Matemáticas, Economía, Administración, Mercadeo y Derecho. El número de créditos de esta fundamentación es de 55, correspondientes a 16 asignaturas.

“Por la cual se resuelve el Recurso de Reposición interpuesto por la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO**, en contra de la Resolución No. 20212130009345 del 21 de abril de 2021, que decide la actuación administrativa iniciada a través del Auto No. 20212130000194 del 13 de enero de 2021, frente al empleo ofertado con el Código OPEC 66328 en el Proceso de Selección No. 816 de 2018, en el marco de la Convocatoria DISTRITO CAPITAL-CNSC”

Las diferentes ciencias sociales desde su particularidad han abordado no solamente la comunicación como un objeto de estudio ya que para la formación de publicistas se requiere un conocimiento de la Sociología y de la Psicología teniendo en cuenta que para el desarrollo de las estrategias publicitarias es indispensable el conocimiento de temas relacionados con tendencias y hábitos de comportamientos, lenguajes urbanos y sub-culturas que forman parte del estudio de la sociología, por una parte, De otro lado, la psicología es indispensable para el publicista con el objeto de profundizar en el conocimiento de las motivaciones con el propósito de desarrollar diferentes métodos de persuasión que deben ser aplicados en el desarrollo de las campañas.

La Fundamentación Humanista abre puertas a nuevos horizontes conceptuales en la formación de futuros publicistas y despierta inquietudes y reflexiones que ayudan a comprender mejor el entorno. Estos conocimientos constituyen un pilar que ayuda a las nuevas generaciones a integrarse en forma proactiva a la sociedad construyendo relaciones más armónicas entre los hombres.

La Universidad es consciente de la importancia que reviste para la formación de publicistas, cimentar unas bases fuertes en saberes humanísticos que permitan acercarse a las diferentes actividades del hombre; entender sus comportamientos y conocer su desarrollo histórico en el pasado con la intención de poder colaborar en el diseño de sus relaciones hacia el futuro. Es el ser humano lo que interesa, sus problemáticas y sueños; sus necesidades y recompensas. Estos elementos pueden llegar a convertirse en el punto de partida para el desarrollo de actividades publicitarias.

El programa de Humanidades ofrece a los estudiantes un espectro amplio de seminarios sobre temas y reflexiones acerca de estética, arte, filosofía, sociología, psicología, historia, literatura, política y otros interesantes temas- Cada estudiante debe cursar cinco seminarios para un total de 14 créditos ajustados a tres modalidades:

- Pre-seminarios (seminario I): el estudiante se familiariza con la metodología del seminario tratando temas introductorios y de interés general sobre aspectos humanistas.
- Seminarios de profundización (seminarios II y III): el alumno tiene la oportunidad de profundizar en la metodología del seminario y de incursionar en temas relacionados con la naturaleza humana.
- Seminarios interdisciplinarios (seminarios IV y V): el estudiante elige seminarios orientados a tratar temas relacionados con la naturaleza de las disciplinas.

El programa de Publicidad en su Fundamentación Específica permite al estudiante profundizar en los conocimientos propios de cada medio de comunicación, los que constituyen un conjunto de agentes mediadores con lenguajes específicos, los cuales, el publicista debe conocer, ya que una buena parte de la efectividad del ejercicio de la publicidad depende de la selección adecuada de plataformas y medios a través de los cuales serán lanzados los diferentes mensajes. El diseño de las estrategias de medios viene a reforzar el planteamiento creativo, la estrategia de comunicación y la producción misma de la campaña publicitaria.

La fundamentación específica pone en contacto al estudiante con conocimientos que le permiten profundizar en el estudio de diferentes teorías de temas específicos del ámbito publicitario, así como también en la aplicación de las distintas herramientas y técnicas necesarias para darle forma al mensaje publicitario. El alumno recibe conocimientos propios de la profesión, con asignaturas íntimamente ligadas, centrando su interés en el conocimiento de la planeación, el desarrollo de estrategias y el proceso creativo para la producción de mensajes publicitarios.

Dentro del estudio de saberes propios de la publicidad, cabe complementar el análisis de las diferentes teorías y tendencias de la creatividad, con prácticas y talleres que facilitan su desarrollo, ya que las campañas publicitarias sin un gran ingrediente creativo no lograrían cumplir con sus objetivos determinados. Es en la búsqueda permanente de las nuevas ideas y conceptos donde el ejercicio publicitario adquiere formas creativas de expresión, utilizando herramientas gráficas, retóricas, auditivas y visuales que se manifiestan mediante la utilización de un lenguaje propio de la publicidad adquiriendo formas autónomas de expresión.

La Fundamentación Específica la conforman las áreas de Diseño Publicitario, Producción Publicitaria y Publicidad, con 15 asignaturas para un total de 51 créditos.

- En el área de publicidad los factores sociológicos y psicológicos y el manejo de lenguajes específicos y de medios de comunicación, son elementos que reúnen los saberes específicos de la publicidad que integran y orientan el diseño del plan estratégico y de las plataformas publicitarias a partir de los cuales se elaboran mensajes y campañas publicitarias. El estudiante debe cursar las asignaturas: Elementos de la Publicidad, Sociología y Publicidad, Psicología y Publicidad, Redacción Publicitaria, Fundamentos de Campañas Publicitarias, Globalización y los Medios, Estrategias de Medios, Práctica Publicitaria I, Práctica Publicitaria II.
- En el área de diseño el estudiante encuentra la posibilidad de ahondar en las abstracciones propuestas en el área de estética de la fundamentación básica y adquiere herramientas técnicas para la realización del material gráfico utilizado como parte de una campaña publicitaria. El estudiante debe cursar las asignaturas: Estética Publicitaria, Diseño Publicitario I, y Diseño Publicitario II.
- En el área de producción, el conocimiento, manejo y aplicación de tecnologías referentes a la producción de mensajes audiovisuales materializa los conceptos concebidos en el diseño de las estrategias para el desarrollo de campañas. El estudiante debe cursar las asignaturas: Fotografía e Imagen, Producción de Cine, Video y Televisión Publicitaria, y, Técnicas de Comunicación Audiovisual.

“Por la cual se resuelve el Recurso de Reposición interpuesto por la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO**, en contra de la Resolución No. 20212130009345 del 21 de abril de 2021, que decide la actuación administrativa iniciada a través del Auto No. 20212130000194 del 13 de enero de 2021, frente al empleo ofertado con el Código OPEC 66328 en el Proceso de Selección No. 816 de 2018, en el marco de la Convocatoria DISTRITO CAPITAL-CNSC”

Idioma: Es importante también el idioma inglés para facilitar al estudiante el ingreso a cursos de postgrados que se ofrecen en distintas universidades en Estados Unidos y Europa, cursos que en la mayoría de los casos se ofrecen en la lengua inglesa. Las grandes agencias de publicidad en todo el mundo forman organizaciones de carácter multinacional en las cuales el inglés se constituye en idioma oficial. EJ publicista ante todo es un comunicador y por lo tanto debe disponer de las herramientas necesarias que le faciliten esta comunicación en el ámbito universal. De hecho, la posibilidad de ingresar a la gran red de redes y detener acceso a su información requiere del conocimiento de esta lengua. El idioma Inglés se continúa dictando en G niveles y le corresponden 18 créditos.

En relación con lo expresado por la Comisión Nacional del Servicio Civil - CNSC, sobre la exclusión en la convocatoria para la provisión de cargos del sector público, limitando la participación a egresados provenientes de programas registrados en un NBC específico, consideramos limita la participación de los egresados de Publicidad en el País, dada la particularidad e interdisciplinariedad del campo de la Publicidad que, dependiendo de los intereses técnicos, epistemológicos y organizacionales de las Instituciones de Educación Superior (IES), varía en su inscripción ante el SNIES en sus campos amplio, específico y detallado, así como en el área del conocimiento y el núcleo base de conocimiento.”

Al respecto para hacer un análisis integral del caso concreto, la CNSC trae a colación el propósito principal y las funciones del empleo OPEC 66328, así:

| PROPÓSITO PRINCIPAL Y FUNCIONES |
|--|
| <p>Propósito: Desarrollar acciones para la gestión de divulgación, difusión y comunicación de la secretaría y del sector, en cumplimiento de las metas institucionales y las políticas de comunicación distritales.</p> <p>Funciones:</p> <ul style="list-style-type: none"> • <u>Diseñar e implementar la estrategia de comunicaciones</u> interna corporativa de acuerdo con las necesidades comunicacionales. • <u>Orientar a las dependencias en la identificación de productos comunicativos</u> que visibilicen los logros y resultados de gestión, conforme a los lineamientos Distritales de comunicación. • <u>Realizar la preproducción y producción de los productos audiovisuales que requiera el proceso de comunicaciones.</u> • <u>Mantener permanentemente interlocución con</u> las audiencias de la Secretaría, <u>los medios de comunicación, y las líneas de información que para el efecto se establezcan.</u> • Desempeñar las demás funciones que le sean asignadas por la autoridad competente, de acuerdo con el área de desempeño, el nivel jerárquico y la naturaleza del empleo. • <u>Elaborar informes y documentos relacionados con el proceso de comunicaciones que se requieran a nivel interno y externo.</u> • <u>Realizar actividades para el cubrimiento de eventos, investigación, redacción de noticias y entrevistas.</u> • <u>Desarrollar acciones para fortalecer las relaciones con los medios de comunicación, tradicionales, digitales y comunitarios,</u> en el marco de la política de comunicaciones institucional. • <u>Acompañar el diseño conceptual y creativo de campañas específicas que se requieran para difusión de programas o actividades</u> del Sector Cultura, Recreación y Deporte. |
| ANÁLISIS |
| <p>Según lo visto en líneas precedentes el publicista egresado de la Universidad Jorge Tadeo Lozano, es ante todo un profesional responsable que aporta sus conocimientos a la sociedad desde los diferentes frentes y campos de acción que lo llevan a investigar sobre distintas problemáticas que sufren las comunidades, <u>asumiendo la dirección de procesos publicitarios con el propósito de dar solución a estas necesidades.</u> Para cumplir con este objetivo crea lenguajes y <u>se apoya en métodos actualizados para el manejo de la información que conllevan a la planeación, el diseño y el desarrollo de campañas de tipo comercial y de bien público, siendo un profundo conocedor sobre los medios de comunicación convencionales y alternativos.</u></p> <p>Adicionalmente, el programa de Publicidad de dicha universidad en su Fundamentación Especifica <u>permite al estudiante profundizar en los conocimientos propios de cada medio de comunicación,</u> los que constituyen un conjunto de agentes mediadores con lenguajes específicos, los cuales, el publicista debe conocer, <u>ya que una buena parte de la efectividad del ejercicio de la publicidad depende de la selección adecuada de plataformas y medios a través de los cuales serán lanzados los diferentes mensajes. El diseño de las estrategias de medios viene a reforzar el planteamiento creativo, la estrategia de comunicación y la producción misma de la campaña publicitaria.</u></p> <p>La fundamentación específica pone en contacto al estudiante con conocimientos <u>que le permiten profundizar en el estudio de diferentes teorías de temas específicos del ámbito publicitario, así como también en la aplicación de las distintas herramientas y técnicas necesarias para darle forma al mensaje publicitario.</u> El alumno recibe conocimientos propios de la profesión, con asignaturas íntimamente ligadas, <u>centrando su interés en el conocimiento de la planeación, el desarrollo de estrategias y el proceso creativo para la producción de mensajes publicitarios.</u></p> <p>Dentro del estudio de saberes propios de la publicidad, cabe complementar el análisis de las diferentes teorías y tendencias de la creatividad, con prácticas y talleres que facilitan su desarrollo, ya que las campañas publicitarias sin un gran ingrediente creativo no lograrían cumplir con sus objetivos determinados. <u>Es en la búsqueda permanente de las nuevas ideas y conceptos donde el ejercicio publicitario adquiere formas creativas de expresión, utilizando herramientas gráficas, retóricas, auditivas y visuales que se manifiestan mediante la utilización de un lenguaje propio de la publicidad adquiriendo formas autónomas de expresión.</u></p> |

“Por la cual se resuelve el Recurso de Reposición interpuesto por la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO**, en contra de la Resolución No. 20212130009345 del 21 de abril de 2021, que decide la actuación administrativa iniciada a través del Auto No. 20212130000194 del 13 de enero de 2021, frente al empleo ofertado con el Código OPEC 66328 en el Proceso de Selección No. 816 de 2018, en el marco de la Convocatoria DISTRITO CAPITAL-CNSC”

Entonces, es claro que la formación académica de la aspirante guarda una estrecha relación con el propósito del empleo a proveer, es decir, **desarrollar acciones para la gestión de divulgación, difusión y comunicación** de la secretaría y del sector, en cumplimiento de las metas institucionales y las políticas de comunicación distritales.

Así como con las funciones misionales propias del cargo a proveer, de **diseñar e implementar la estrategia de comunicaciones; orientar a las dependencias en la identificación de productos comunicativos; realizar la preproducción y producción de los productos audiovisuales que requiera el proceso de comunicaciones; mantener permanentemente interlocución con los medios de comunicación, y las líneas de información que para el efecto se establezcan; elaborar informes y documentos relacionados con el proceso de comunicaciones que se requieran a nivel interno y externo; realizar actividades para el cubrimiento de eventos, investigación, redacción de noticias y entrevistas; desarrollar acciones para fortalecer las relaciones con los medios de comunicación, tradicionales, digitales y comunitarios**, así como, **acompañar el diseño conceptual y creativo de campañas específicas que se requieran para difusión de programas o actividades**.

Así las cosas, es claro que el perfil del programa de publicidad aprobado por la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO**, guarde plena relación con las funciones misionales y el propósito principal del empleo a proveer, toda vez que, en el pensum citado existen componentes claramente orientados a las estrategias publicitarias y manejo de medios de comunicación de diferente naturaleza.

A la luz de lo expuesto, es importante resaltar que el título de pregrado denominado **Profesional en Publicidad** es una de las disciplinas que claramente solicita la OPEC 66328, y en el caso sub examine, aunque esté registrada con el NBC de Artes Plásticas y Afines, no puede ser el único criterio que desvirtúe la validez del título, puesto que se debe reconocer la orientación académica de la formación profesional, más aun cuando se ha comprobado que la esencia del Programa de Publicidad de la Fundación Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, es totalmente afín a los requerimientos del cargo.

Ahora bien, sobre el particular es pertinente traer a colación el principio de la primacía de la realidad, el cual tiene que ver con **la preponderancia de la situación real sobre lo formal**, que opera en el derecho del trabajo. Hay que tener en cuenta que son, justamente, las situaciones reales las que crean derechos, y el escrito sólo es un instrumento para forjar la realidad. Sobre el particular la Corte Constitucional, en su sentencia C-023, ha manifestado con respecto a este principio:

“El derecho opera en la realidad, y tiende exclusivamente hacia ella. Lo real siempre tiene primacía, pues de no ser así, jamás se concretarían en el mundo jurídico las libertades del hombre. No es posible que las formalidades establecidas por los sujetos lleguen a obstruir los beneficios reales para el trabajador y la realidad misma del derecho al trabajo.”

Entonces, haciendo un análisis sistemático de la norma, teniendo en cuenta lo expuesto, así como los principios constitucionales y legales que rigen el proceso de selección, principalmente, el principio de primacía de la realidad, aunque el título de Profesional en Publicidad, se pueda encontrar ubicado en núcleos diferentes, aun así, mantiene la esencia de la formación requerida, cumpliendo así, con la exigencia establecida en la OPEC para desempeñar el cargo.

En este sentido, **al evidenciarse que, aunque no sea en los NBC textualmente consagrados en la OPEC, la disciplina de Publicidad hace parte de las contempladas en la misma y existe relación directa de la profesión aportada, con las funciones misionales y el propósito principal del empleo a proveer y, por ende, con la esencia y la naturaleza del mismo**, se debe dar aplicación a los principios constitucionales y legales que regulan la Carrera Administrativa y **REPONER** la decisión inicialmente adoptada, toda vez que, como se ha visto, la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO, CUMPLE** con el requisito de formación académica exigido.

De otra parte, en lo concerniente a lo contemplado en el Auto No. Auto No. 20212130000194 del 13 de enero de 2021, respecto a los motivos expuestos, para solicitar la exclusión, por la Comisión de Personal de la Secretaría Distrital de Cultura, Recreación y Deporte -SDCRD-, es pertinente señalar que la Resolución No. 20212130009345 del 21 de abril de 2021, hizo una exposición clara y pormenorizada tanto de los argumentos que sustentaron la solicitud de exclusión como de los fundamentos jurídicos en los cuales se fundamentó la decisión de excluir; no obstante, como se ha visto, a la luz de los argumentos traídos a colación en el recurso de reposición, es claro que la recurrente tiene pleno conocimiento del caso, a tal punto que se adopta la decisión de reponer a la luz de los nuevos argumentos traídos a colación por ella en su escrito, motivo por el cual se entiende que no existe vulneración del derecho de defensa y contradicción.

Por lo expuesto, el Despacho repondrá la decisión de exclusión de la recurrente contenida en la Resolución No. Resolución No. 20212130009345 del 21 de abril de 2021.

“Por la cual se resuelve el Recurso de Reposición interpuesto por la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO**, en contra de la Resolución No. 20212130009345 del 21 de abril de 2021, que decide la actuación administrativa iniciada a través del Auto No. 20212130000194 del 13 de enero de 2021, frente al empleo ofertado con el Código OPEC 66328 en el Proceso de Selección No. 816 de 2018, en el marco de la Convocatoria DISTRITO CAPITAL-CNSC”

En mérito de lo expuesto, este Despacho,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO.- Reponer la decisión contenida en la Resolución No. 20212130009345 del 21 de abril de 2021, y en consecuencia **No excluir** a la señora **HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO**, de la Lista de Elegibles conformada mediante Resolución No. 20201300091365 del 17 de septiembre de 2020, de conformidad con lo establecido en la parte motiva del presente Acto Administrativo.

ARTÍCULO SEGUNDO.- Notificar el contenido de la presente Resolución a la elegible señalada a continuación, a través del aplicativo SIMO, dispuesto para la Convocatoria DISTRITO CAPITAL-CNSC, haciéndole saber que contra la misma no procede recurso alguno, de conformidad con lo establecido en el Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo -CPACA-.

| Posición en Lista | OPEC | No. identificación | Nombre | Correo Electrónico |
|-------------------|-------|--------------------|-----------------------------|--|
| 1 | 66328 | 53.113.514 | HEIDY ANDREA ROMERO QUEVEDO | heidyromero@gmail.com |

ARTÍCULO TERCERO.- Comunicar la presente decisión a la señora YANETH SUÁREZ ACERO, Presidente de la Comisión de Personal de la SECRETARÍA DISTRITAL DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE -SDCRD, en la dirección electrónica: yaneth.suarez@scrd.gov.co y a la doctora ALBA NOHORA DÍAZ GALÁN, Coordinadora del Grupo Interno de Recursos Humanos, o quien haga sus veces en la SECRETARÍA DISTRITAL DE CULTURA, RECREACIÓN Y DEPORTE -SDCRD- en la dirección electrónica: alba.diaz@scrd.gov.co.

ARTÍCULO CUARTO.- Publicar el presente Acto Administrativo en el sitio web www.cnsc.gov.co, de conformidad con el artículo 33 de la Ley 909 de 2004.

ARTÍCULO QUINTO.- Contra el presente acto administrativo no procede recurso alguno y cobrará firmeza al día siguiente de su notificación.

NOTIFÍQUESE, COMUNÍQUESE, PUBLÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C., 19 de julio de 2021



FRIDOLE BALLÉN DUQUE

Proyectó: Carlos Julián Peña Cruz.

Revisó y Aprobó: Carolina Martínez Cantor - Líder Jurídica
Juan Carlos Peña Medina - Gerente de la Convocatoria
Eduardo Avendaño - Profesional Especializado de Despacho