



“Por un control fiscal efectivo y transparente”

**INFORME DE GESTIÓN
PROCESO DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA**

**RESPONSABLE DEL PROCESO
ANGELA CONSUELO LAGOS PRIETO
JEFE OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES (e)**

**DEPENDENCIAS RESPONSABLES:
OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES**

CONTRALORÍA DE BOGOTÁ, D.C.

**FECHA DE CORTE
JUNIO DE 2014**

www.contraloriabogota.gov.co
Cra.32 A No 26ª -10
PBX-335888

TABLA DE CONTENIDO

PRESENTACIÓN	3
1. RESULTADOS DE LA GESTIÓN – ANÁLISIS DE DATOS	4
1.1. ACTIVIDAD No.1	4
1.2. ACTIVIDAD No.2	6
2. SEGUIMIENTO ACCIONES DE MEJORA.....	9
3. RECOMENDACIONES Y ACCIONES DE MEJORA	9

“Por un control fiscal efectivo y transparente”

PRESENTACIÓN

En este informe se integran las actuaciones que ha adelantado el Proceso de Comunicación Estratégica durante el primer semestre del año 2014, de acuerdo a su plan de acción.

Para su consolidación, se tomaron como base las dos actividades contenidas dentro de dicho plan, que integran el accionar del proceso, en lo relacionado con la comunicación interna y externa.

Finalmente, se incluye un seguimiento a las diferentes acciones de mejora planteadas por la Oficina Asesora de Comunicaciones dentro del Plan de Mejoramiento.

“Por un control fiscal efectivo y transparente”

**OBJETIVO DEL PROCESO DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA
Resolución 020 de 2013**

Diseñar y difundir la política comunicacional interna y externa de la entidad, a través de la implementación de estrategias informativas, encaminadas a posicionar la imagen de la Contraloría de Bogotá.

**INFORME DE GESTIÓN
OFICINA ASESORA DE COMUNICACIONES (OAC)
Junio 2014**

En cumplimiento del *Plan Estratégico 2012-2015 “Por un control fiscal efectivo y transparente”, Objetivo corporativo 3. “Posicionar la imagen de la Contraloría de Bogotá”, como un organismo de vigilancia y control respetable, confiable, técnico y oportuno en su actuar, Estrategia 3.1. “Fortalecer la comunicación interna y externa de la entidad”,* y teniendo en cuenta que mediante la Resolución 021 del 5 de junio 2013, se adoptó el nuevo Plan de Acción, la Oficina Asesora de Comunicaciones reformuló las actividades contempladas para este año, en las siguientes dos:

1. RESULTADOS DE LA GESTIÓN – ANÁLISIS DE DATOS

1.1 Actividad No. 1

Adelantar una estrategia de comunicación, con el fin de que los funcionarios de la entidad conozcan los canales de comunicación, los mensajes y resultados institucionales y afiancen el sentido de pertenencia hacia la Entidad.

Indicador: No. funcionarios encuestados que tienen percepción positiva (mayor a 3 sobre 5) sobre los canales de comunicación, mensajes y contenidos emitidos por la Entidad*100/Total de funcionarios encuestados.

Dentro de la estrategia de comunicación planteada, la Oficina Asesora de Comunicaciones ha realizado las siguientes actividades:

- **Campaña de afianzamiento del Sentido de Pertenencia**, en el marco de esta actividad se desarrolló la campaña "**Marcamos la diferencia**" en la cual se hizo entrega oficial de la chaqueta institucional como elemento de pertenencia y apropiación de la marca y se trabajó sobre el uso y el porte del carné institucional. Esta campaña se ejecutó en los meses de febrero y marzo en las etapas de:
 - Expectativa: preámbulo al cambio de la prenda oficial institucional.
 - Lanzamiento: En un evento el Contralor hizo entrega oficial de la chaqueta institucional, como un elemento que nos identifica y posiciona ante nuestros sujetos de control y la ciudadanía y del cual nos debemos sentir orgullosos los servidores de la Contraloría de Bogotá.

“Por un control fiscal efectivo y transparente”

- Desarrollo: en el boletín interno Noticontrol, carteleras y rompetráfico se adelantó una campaña con la publicación de mensajes alusivos al sentido de pertenencia y apropiación de la chaqueta institucional y porte del carné institucional. Evento de motivación del uso de la prenda y el carné.
- Cierre: recorrido por diferentes dependencias con el apoyo de la empresa de vigilancia para socializar la importancia del uso del carné.
- **Periódico** Se entregaron a todos los funcionarios de la Contraloría de Bogotá las ediciones de noviembre 2013-enero 2014 y febrero- abril 2014 del periódico institucional *Control Capital*.
- **Noticontrol**: edición, diseño y diagramación de **106** números del Boletín Interno.
- **Notimóvil**: se entregó en las siguientes sectoriales:

DIRECCION	FECHA DE ENTREGA	TEMA PUBLICADO
Movilidad	25/02/2014	Maquina Tapahuecos
Movilidad	13/03/2014	Tercer carril TM no es viable
Servicios Públicos	19/03/2014	Tarifas de aseo, Basuras
Movilidad/ <i>Jurídico</i>	03/04/2014	Suspensión Directora UMV
Hábitat	07/04/2014	POT
Educación	19/05/2014	Irregularidades U. Distrital
Movilidad/Parti Ciudadana	21/05/2014	Retrasos Malla Vial del 90%
Movilidad	30/05/2014	Contrato Sría Movilidad, trámites
Participación Ciudadana	13/06/2014	Contratación localidades

- **Monitoreo de medios**: se entregó vía Outlook **360** resúmenes noticiosos, tres por día (mañana, medio día y tarde), con un promedio diario de **50** noticias, como insumo de información para los directivos de las diferentes dependencias de la entidad.
- **Cubrimiento eventos institucionales**: se realizó cubrimiento fotográfico y filmico a eventos especiales, mesas de trabajo ruedas de prensa, capacitaciones y operativos fiscales, entre otros, de los cuales existe un registro fotográfico de aproximadamente **8.748** fotos.
- **Videos institucionales**: se encuentra en proceso de contratación el video sobre el himno de la Contraloría de Bogotá.
- **Actualización Manual de Identidad Visual**: se actualizó y aprobó el Manual de Identidad Institucional de la Contraloría de Bogotá, el cual fue presentado al Comité de Publicaciones el 13 de junio, enfatizando sobre su importancia y contenido por cuanto este documento se constituye en herramienta de consulta para los trabajos que se vayan a desarrollar en la entidad. Incluye normas básicas de diseño, estructuración gráfica y configuración cromática de los elementos de identidad visual como eje de la imagen corporativa.

“Por un control fiscal efectivo y transparente”

En este sentido, se surtieron las etapas de revisión, ajustes y aprobación, y actualmente se está adelantando la etapa de oficialización, para adoptar el Manual de Identidad Visual de la Contraloría de Bogotá, mediante Resolución.

- **Diseño:** se diseñaron 20 labels y 10 portadas de informes

1.2 Actividad No. 2

Posicionar la imagen corporativa, con el fin de que el 60 por ciento de los periodistas encuestados tengan percepción positiva sobre la gestión de la entidad.

Indicador: No. periodistas encuestados que tienen percepción positiva (mayor a 3 sobre 5) sobre la gestión de la Entidad*100/Total de periodistas encuestados.

Para desarrollar esta actividad se adelantaron las siguientes estrategias:

1.2.1 Campaña Free Press:

La Oficina Asesora de Comunicaciones ha venido desarrollando la campaña de promoción institucional por los medios de comunicación (prensa, radio, televisión e internet) a través del free press (boletines de prensa), dando a conocer los diferentes productos resultados del control fiscal, advertencias y pronunciamientos.

Producto de la gestión que desarrolla el organismo de Control Fiscal, y que fue presentada a la opinión pública, la Oficina Asesora de Comunicaciones emitió desde el primero de enero al 30 de junio de 2014, **16 boletines de prensa dirigidos a 43 medios de comunicación** (radio, prensa y televisión).

1. Administración ya estaba advertida desde el 2013 sobre Universidad Distrital - Sede Bosa. Febrero 10 de 2014
2. Predio arrendado por el IDU presenta sobrecosto por más de \$1.033 millones. Febrero 12 de 2014
3. Contraloría de Bogotá recupera más de \$2.645 millones de los Fondos de Desarrollo Local. Febrero 19 de 2014
4. Contraloría evidencia irregularidades en contrato de máquina tapahuecos. Febrero 20 de 2014
5. Carriles mixtos no son recomendables según estudios técnicos de TM y movilidad. Marzo 11 de 2014.
6. Fallas en diseño y operatividad de CAMAD podrían generar detrimento por más de \$2.150 millones. Marzo 14 de 2014
7. Distrito deberá devolver a los bogotanos \$34.653 millones por cobros de más en tarifa de aseo. Marzo 18 de 2014.
8. Contralor de Bogotá exige suspensión de la directora de la UAERMV. Abril 1 de 2014
9. Pólizas para ejecución de contratos de máquina tapahuecos no garantizan estabilidad ni calidad de obras. Abril 1 de 2014
10. Contraloría se pronuncia frente a suspensión del Plan de Ordenamiento Territorial. Abril 3 de 2014
11. Contralor se pronuncia sobre Investigación por tarifas de TM. Abril 30
12. Contraloría de Bogotá determina hallazgos por más de \$6 mil millones en U. Distrital. Mayo 15.

“Por un control fiscal efectivo y transparente”

13. Contraloría determina un retraso del 90% en obras de malla vial del Convenio 1292. Mayo 20
14. Contraloría demandará adición a contrato sobre registro automotor y tarjetas de operación. Mayo 29.
15. Contraloría detectó hallazgos fiscales y posibles falsedades documentales en contratación directa de localidades. Junio 11.
16. Sólo la auditoría fiscal podrá vigilar a la Contraloría de Bogotá. Junio 25.

Como resultado de esta labor, y con corte a 30 de junio de 2014, la Contraloría de Bogotá fue registrada **766 veces** en los medios de comunicación, de las cuales **138** correspondieron a Televisión, **150** a Radio, **127** a Prensa y **351** a Internet:

Medio	Enero–Junio
Televisión	138
Radio	150
Prensa	127
Internet	351
Total	766

- De las **138** apariciones en televisión, **111** son positivas, **9** negativas y **18** neutras.
- De las **150** apariciones en radio **119** son positivas, **5** negativas y **26** neutras.
- De las **127** apariciones en prensa, **101** son positivas, **4** negativas y **22** neutras
- De las **351** apariciones en Internet, **257** positivas, **87** neutras y **7** negativas

1.2.2 Redes sociales:

A través de las redes sociales la Oficina Asesora de Comunicaciones informa permanentemente sobre los resultados del ejercicio del control fiscal de la Contraloría de Bogotá.

1.2.2.1 Twitter. Como resultado del trabajo permanente que la OAC ha realizado durante el primer trimestre del año se han obtenido los siguientes resultados:

- Trinos: **8087**
- Seguidores: **2.362**
- Siguiendo: **1.155**
- Menciones **173 (5.161.951)**
- RT: **78 (207.803)**
- Fotos/videos: **932**

1.2.2.2. Whatsapp. Como estrategia de comunicaciones, a partir de junio de 2013 se implementó el grupo de periodistas a través de la red social whatsapp, que actualmente cuenta con la participación interactiva de más de 100 periodistas de diferentes medios de comunicación quienes reciben de manera inmediata y en tiempo real los comunicados de prensa y diferentes actuaciones del Contralor de Bogotá.

“Por un control fiscal efectivo y transparente”

1.2.2.3 Instagram. Se socializaron **246 fotos** y se registraron **47** seguidores

1.2.2.4 Facebook: En esta red, utilizada especialmente para publicar y socializar información institucional, se han registrado **790** seguidores.

1.2.2.5 Youtube: Se han colgado **478** videos, de los cuales se han reproducido **26.575** veces. Cuenta con **35** suscriptores.

Todos los videos que se han subido en esta red son compartidos en tiempo real en Facebook y en Twitter.

1.2.3 Mensajes institucionales:

Enmarcado dentro de la estrategia de posicionar la imagen corporativa de la Contraloría de Bogotá, la OAC se encuentra adelantando el proceso contractual con el fin de producir un nuevo mensaje institucional que será emitido por la ANTV en todos los canales nacionales. No obstante, durante el primer semestre se emitió una primera referencia con el nombre de "Buenas Noticias".

1.2.4 Periódico institucional:

Se editaron, diagramaron, imprimieron y distribuyeron dos números del periódico institucional, cada uno de 100 mil ejemplares, los cuales se han entregado en las diferentes localidades de la ciudad.

1.2.5 Eventos institucionales:

1.2.5.1 Rendición de Cuentas. La OAC participó en la organización de la rendición de cuentas que se realizó en el Concejo de Bogotá en el mes de marzo de 2014. Se adelantó la diagramación y diseño de la cartilla del informe de gestión vigencia 2013.

1.2.6 Atención a periodistas:

Dentro de su estrategia de posicionamiento, la OAC atendió vía telefónica, mail, personal, o a través de las redes sociales los requerimientos de los periodistas de los diferentes medios de comunicación, sobre temas como: salud, movilidad, ambiente y servicios públicos, entre otros.

Se actualizó periódicamente la base de datos de los periodistas que cubren la fuente de la Contraloría de Bogotá.

1.2.7. Elaboración piezas comunicacionales:

Se elaboraron 3.000 libretas, 1.000 tacos, 4 rompetráficos, 2 pendones y 5.000 esferos que se han utilizado y entregado de acuerdo a la programación de eventos y campañas tanto internas como externas.

“Por un control fiscal efectivo y transparente”

1.2.8. Página Web

- A la fecha en el link Comunicados de prensa se han publicado 16 boletines en tiempo real.

1.2.9. Publicaciones:

- **Concejo y Control**: Se diseñó y editó un (1) número del **Boletín Concejo y Control**, dirigido a los concejales de la ciudad, que incluyó la coordinación del contenido (en conjunto con la Dirección de Apoyo al Despacho).
- **Bogotá Económica**: Se diagramó un (1) número de la revista especializada de la Contraloría de Bogotá.

2. SEGUIMIENTO ACCIONES DE MEJORA

En el Plan de Mejoramiento que la Oficina Asesora de Comunicaciones (OAC) implementó para prevenir riesgos de corrupción que se pueden presentar por el manejo de la información, cuando ésta pasa por varios usuarios, se estandarizó un **formato** de seguimiento de control para la información que será divulgada.

Para evitar los riesgos que se puedan presentar por publicación de información inexacta, la Oficina Asesora de Comunicaciones viene solicitando el **visto bueno** del Director Sectorial o del Contralor, antes de ser dado a conocer a la opinión pública, a través del comunicado de prensa.

En cuanto a la acción preventiva que formuló la Auditoría Interna de Calidad por no tener las encuestas aplicadas (ficha técnica, tabulación, análisis de datos e informe) en archivo físico sino solamente digital, la OAC procedió a guardar los **registros** de manera física en el correspondiente archivo de gestión.

Sobre el “hecho irregular con presunto hallazgo administrativo, planes de mejoramiento. En este ámbito la Contraloría de Bogotá suscribe planes de mejoramiento y cuenta con un plan anual de evaluaciones independientes...” que la Auditoría Fiscal le formuló a todos los procesos del organismo de control fiscal, la OAC implementó el respectivo **tablero de control** a fin de llevar un seguimiento sobre dichos planes.

En relación al “Hallazgo administrativo con incidencia disciplinaria. Falta de respuesta definitiva al peticionario en los expedientes de los DPC, este hallazgo **no aplica** a la Oficina Asesora de Comunicaciones por cuanto esta dependencia no genera productos.

3. RECOMENDACIONES Y ACCIONES DE MEJORA.

Mantener actualizados los registros de apariciones en medios