

**PLAN DE COMUNICACIONES 2017
(PC)**

ADELITA JOHANNA MARTÍNEZ LONDOÑO
Jefe Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones

Medellín, diciembre 2016

CONSEJO DE DIRECCIÓN

Patricia Bonilla Sandoval
Contralora de Medellín

Darío Alberto Bonilla Giraldo
Subcontralor

Carlos Fernando Borja Jiménez
Secretario General

Efigenia Suescún Vega
Jefe Oficina Asesora de Control Interno

Sebastián López Valencia
Jefe Oficina Asesora de Planeación

Adelita Johanna Martínez Londoño
Jefe Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones

Luis Alfonso Barrera Sosa
Jefe Oficina Asesora Jurídica

Cesar Augusto Hernández Sanmartín
Contralor Auxiliar de Responsabilidad Fiscal y Jurisdicción Coactiva

Julio Humberto Arboleda Mejía
Contralor Auxiliar de Apoyo Técnico

Luis Eduardo Álvarez Vera
Contralor Auxiliar de Recursos Físicos y Financieros

Leticia Orrego Pérez
Contralora Auxiliar de Talento Humano

Alberto Vargas Cárdenas
Contralor Auxiliar Participación Ciudadana

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN.....	7
MARCO NORMATIVO.....	8
REFERENTES CONCEPTUALES.....	10
BENEFICIOS DEL PLAN.....	13
ALCANCE DEL PLAN.....	14
PÚBLICOS	15
PRINCIPIOS COMUNICACIONALES.....	17
DIAGNÓSTICO.....	18
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO	21
OBJETIVOS DEL PLAN	27
EJE TRANSVERSAL – MECI 2014	28
LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA OFICINA ASESORA DE PRENSA Y COMUNICACIONES.....	31
FINANCIACIÓN DEL PLAN.....	36
SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN.....	37

INTRODUCCIÓN

La Contraloría General de Medellín dentro de su Plan Estratégico 2016 – 2019 ¡Con tu participación, Medellín crece! Va encaminada al fortalecimiento de sus procesos y a la construcción de una Entidad más abierta, eficiente, transparente y visible a la ciudadanía.

La Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones es reconocida a nivel directivo y a partir de dicho reconocimiento debe asumir un papel protagónico que, mediante la ejecución de su estrategia comunicacional, le permitan a la Entidad crear y mantener entre sus grupos de interés una percepción positiva frente al cumplimiento de su misión.

El proceso comunicacional en la Entidad es entendido de manera transversal, tanto estratégica como funcionalmente. El proceso de comunicación pública de la Contraloría General de Medellín debe servir de soporte para alimentar las relaciones que la Entidad sostiene con la ciudadanía y sus grupos de interés. Así mismo, de forma transversal, la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones de la Entidad aloja dentro de su estructura el Centro de Documentación Especializado en Gestión Fiscal y Administración Pública que sirve como referente de consulta (interna y externa) frente a la normatividad y actualidad del control fiscal y la administración.

La Contraloría General de Medellín entiende la Comunicación como articulador de todos sus mensajes, con el propósito de fortalecer la identidad, gestionar la imagen corporativa y contribuir al logro de sus objetivos estratégicos.

La Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones apuesta por una gestión integral, capaz de conceptualizar, planear, gestionar, ejecutar y evaluar todos los procedimientos de comunicación que tienen lugar en la Entidad. La Contraloría General de Medellín orienta y prioriza que en la gestión de comunicaciones y relacionamiento institucional se desarrollen los requerimientos y lineamientos de la comunicación pública en Colombia, entendiéndola como la responsable de poner en común con la ciudadanía y distintos públicos, la gestión y proyectos emprendidos de forma transparente, eficiente y participativa, facilitando la rendición de cuentas y el control social en el logro de los propósitos institucionales.

MARCO NORMATIVO

La Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones debe considerar en su actuación n marco normativo que la rija y garantice la legalidad de sus procesos. Normativa relacionada con el servicio, el acceso a la información y datos de las entidades y organismos del estado, la participación, la transparencia y eficiencia administrativa, la rendición de cuentas y la gestión de la calidad.

NORMA	CONCEPTO
Constitución Política de Colombia	Información personal, Derecho de petición, acceso a la información y a la documentación oficial
Ley 489 de 1998 Artículo 32	Democracia participativa y democratización de la gestión pública
Acuerdo 07 de 1994	Reglamento General de Archivos: creación, gestión y consulta: expedientes de archivo
Ley 80 de 1993	Contratación administrativa (mecanismos de publicidad y transparencia en procesos de contratación)
Ley 134 de 1994	Participación ciudadana
CONPES 3654 de 2010	Política de Rendición de Cuentas
Ley 850 de 2003	Antitrámites y Eficiencia en la Administración y Gestión Pública
CONPES 3649 del 15 de marzo de 2010	Política Nacional de Servicio al Ciudadano
Ley 87 de 1993	Ejercicio del control interno en las organizaciones y organismos del Estado
NTCGP 1000:2009	Calidad en la Gestión pública
Decreto 1151 de 2008. Derogado por el Decreto Nacional 2573 de 2014	Gobierno en línea

Directiva Presidencial 04 de 2012	Eficiencia Administrativa y Cero Papel
Decreto 2482 de 2012	Integración de la planeación y la gestión
Ley 594 de 2000	Ley General de Archivos
Decreto 2609 de 2014	Gestión Documental
Decreto 235 de 2010	Regula Intercambio de información entre entidades para el cumplimiento de funciones públicas
CONPES 3654 de 2010	Política de rendición de cuentas de la rama ejecutiva a los ciudadanos
Decreto 1122 de 1999	Normas para suprimir trámites, facilitar actividad del ciudadano, contribuir con la eficiencia administración pública y fortalecer principio de buena fe
NTC 5854 del 20 de junio del 2011	Accesibilidad las Páginas WEB

Fuente: Construcción Oficina Asesora de prensa y Comunicaciones, (2016)

REFERENTES CONCEPTUALES

Campos de acción de la Contraloría General de Medellín.

- **Comunicación Interna:** procedimiento encargado de la gestión sistémica de los flujos de comunicación al interior de la Entidad; de las estrategias y tácticas que le permitan al funcionario conocer, identificarse, maximizar su sentido de pertenencia para así fortalecer el cumplimiento del Plan Estratégico.
- La Comunicación Interna promueve dentro de la Entidad lo concerniente con las labores diarias, la promulgación de la información institucional y relacionamiento de la entidad con sus funcionarios, así como temas que tengan como objetivo ser parte de la cultura organizacional.
- **Comunicación Externa:** dirigida a los grupos externos de interés de la Entidad, con el fin de tramitar y robustecer una cultura de información y corresponsabilidad que contribuya a afianzar las relaciones con estos y a una mejor percepción y nivel de reconocimiento de la imagen corporativa y su mensaje
- La comunicación externa proyecta, articula y regula estratégicamente el conjunto de medios, espacios, tácticas y mensajes a través de los que la Entidad comunica su misión, gestión, actividades, alcances y logros, proporcionando la interacción y corresponsabilidad ciudadana.
- **Comunicación de Mercadeo:** comunicación pensada en promocionar o si bien se quiere en “vender” la Contraloría General de Medellín, para ganar el interés de sus públicos, activar la estimulación y acción hacia las diferentes campañas y gestiones desarrolladas.
- Dicho de otra manera, son los contenidos y acciones que publicitan la “marca” de la Entidad, de tal forma que la ciudadanía reconozca su quehacer.
- **Relaciones Públicas:** ambiente donde proyectan y desarrollan las relaciones de la Contraloría General de Medellín con la ciudadanía, la administración, líderes y periodistas con el fin de ganar reconocimiento, aceptación, recordación, ser referente de buena labor y mantenga prestigio.
- **Comunicación Web y Redes Sociales:** es la comunicación que tiene lugar en el escenario virtual, donde se emplean diferentes lenguajes y canales para llegar en tiempo real, permitiendo la interrelación, en lenguaje simplificado y

cercano a los públicos de la Entidad que hacen uso de dichas herramientas que facilitan la participación y sentido de pertenencia ciudadano.

En los distintos campos de acción de las comunicaciones, la Contraloría General de Medellín, hace uso de diversos lenguajes y formas que permiten acercamientos, según cada propósito, con cada grupo de interés:

- Acciones
- Comunicación oral
- Comunicación escrita
- Comunicación gráfica publicitaria
- Comunicación audiovisual
- Comunicación multimedia y web
- Espacios de relacionamiento institucional

Desde estas acciones o formas de comunicación se proyecta el fortalecimiento y mejoramiento continuo y derivado de la transversalidad de las funciones de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones se convierten en dimensiones comunes a toda Contraloría, cuya gestión afecta la concepción, ejecución y resultados de la misma. Estas dimensiones comunicativas son:

- **Identidad Corporativa:** es la forma de ser de la Contraloría General de Medellín, es lo que diferencia, es la cuantificación de los valores y principios.
- **Comunicación:** es la posibilidad de los seres de transmitir a otros información.
- **Imagen Corporativa:** percepción que la Contraloría General de Medellín proyecta a sus diferentes públicos a través de su relacionamiento y ejecución.
- **Cultura organizacional:** formas de hacer las cosas, la ruta, el cumplimiento de los protocolos de la entidad. La cultura toma un poco de todos los integrantes y genera a través de dichas formas una colectividad.
- **Clima Organizacional:** lo que la Contraloría evidencia y refleja al interior de su estructura en el día a día. El clima organizacional es el ambiente en el que interactúan y operan quienes la integran.

Este marco conceptual evidencia que en la Contraloría General de Medellín, aunque hablemos de un proceso comunicativo transversal este se ejecuta diferentes niveles de gestión en los que la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones debe jugar un rol estratégico.

- **Nivel Funcional:** referido a la instrucción, al cumplimiento de la labor, a la operatividad. Su desarrollo impacta el funcionamiento de la entidad porque aclara qué, cómo y quiénes hacen. Facilita la relación y el mejoramiento.
- **Nivel Político y Cultural:** relacionado con el conocimiento y apropiación del plan y el direccionamiento estratégico, así como con la gestión de la cultura organizacional y la de todas las transversalidades¹, así como el fortalecimiento de la identidad corporativa y el mejoramiento del clima organizacional.
- **Nivel Organizativo:** referido al intercambio organizado entre los diferentes niveles de la estructura.
- **Nivel Pedagógico:** implica el intercambio dirigido a facilitar la comprensión y potenciar los procesos y resultados del aprendizaje organizacional generado a través de la experiencia.

¹ Temas transversales como los referentes legales de la Entidad, tal como Calidad, Control Interno, Gobierno en línea, Eficiencia y Transparencia Administrativa, Gestión de Cambio, Gestión de Conocimiento, etc.

BENEFICIOS DEL PLAN

Con la implementación efectiva del Plan de Comunicaciones, la Contraloría General de Medellín, podrá percibir tanto al interior, en su gestión y relación con el entorno, sus usuarios y diferentes grupos de interés los siguientes beneficios:

Beneficios a nivel interno:

- Mejorar la obtención de resultados en la medida que mejora la comprensión de lo que se debe hacer.
- Fortalecer el conocimiento institucional e identidad corporativa, incrementando el sentido de pertenencia y el empoderamiento por la organización.
- Orientar la intencionalidad, principios y propósitos de los procesos comunicacionales y de relacionamiento.
- Linear la estrategia y actuación que deben seguir los funcionarios objeto en materia comunicacional.
- Dar pautas para la divulgación, promoción y apropiación.

Beneficios a nivel externo:

- Potenciar la claridad, unidad, coherencia y asertividad del discurso, los diálogos y relaciones de la organización, lo que por efecto facilita que sus distintos públicos, la reconozcan.
- Imprime fuerza y efectividad a la divulgación y proyección institucional, facilita que sea uno solo el lenguaje y discurso de todos los que hablan o actúan en nombre de la organización.
- Unifica y consolida la idea de lo que es y hace la organización, fortaleciendo la imagen corporativa y el posicionamiento institucional en el entorno.
- Contribuye a fortalecer la confianza en la organización, y que tengan una opinión favorable acerca de la gestión, facilitando que se mejoren las interacciones e intercambios entre ambos.
- Legitima la actuación institucional.
- Facilita el control social y la participación ciudadana en la construcción de lo público y en la gestión institucional.

ALCANCE DEL PLAN

Este plan define y direcciona las comunicaciones de la Contraloría General de Medellín en sus dos procedimientos: comunicación pública y Centro de Documentación Especializado, en armonía y coherencia con lo establecido en el Plan Estratégico ¡Con tu participación, Medellín crece!, incorporando elementos de políticas de trabajo, control, autorregulación, medición y mejora continua.

Será éste Plan la única carta de navegación frente a estos procedimientos y frente al actuar comunicacional.

PÚBLICOS

Son hacia quienes estarán dirigidas las acciones comunicativas de la Contraloría General de Medellín.

Los grupos de interés o públicos institucionales son aquellos hacia los que se dirige la intención comunicativa de la Entidad.

La identificación de los públicos es lograda una vez se establecen los sujetos sobre los que se esperan efectos frente a las acciones de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones.

Los siguientes son los públicos hacia los cuales se orientan la acción comunicativa del presente Plan:

- **Directivos de la organización:** replicadores de la información descendente que tienen a su cargo los diferentes procesos de la organización.
- **Nivel operativo de la organización:** replicadores internos y base funcional y operacional de la Contraloría General de Medellín y además contacto directo con entes auditados.
- **Nivel profesional de la organización:** Por su liderazgo y capacidad persuasiva frente a los demás funcionarios. Ejercen un alto nivel de legitimación y actúan como motivadores entre los demás miembros de la organización.
- **Entidades auditadas:** Municipio de Medellín y sus Entidades Descentralizadas. Enriquecedoras de la interacción y proveedores de insumos comunicacionales e informativos para el cumplimiento misional.
- **Medios de comunicación:** generadores de opinión, multiplicadores de la información emitida por la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones y aliados permanentes en el ejercicio informativo.
- **Concejo de Medellín:** Delegatarios a través del Acuerdo 066 de nuestra función, representantes de la ciudadanía y escenario del control político.
- **Comunidad:** son multiplicadores y receptores de rendición de cuentas, ejercicios pedagógicos y de control social.



- **Organismos homólogos:** aliados permanentes en los procesos del control fiscal.
- **Ciudadanía:** aliados institucionales en el proceso del control fiscal mediante los mecanismos de la participación ciudadana.

PRINCIPIOS COMUNICACIONALES

Transparencia y Apertura: la información, comunicaciones y relaciones de la entidad constituyen un bien público y en consecuencia están abiertas a la veeduría y control, facilitando la rendición pública de cuentas y retroalimentación ciudadana sobre la gestión misional y estratégica.

Oportunidad: la Contraloría General de Medellín documenta y divulga la información institucional permanentemente y lo más cercano al momento en que esta se origina, de ser posible antes que los hechos sucedan o anticipando las necesidades de sus públicos.

Participación: la participación ciudadana es un derecho y un deber en la construcción y cuidado de lo público; constituye además una valiosa herramienta para mejorar efectividad e impacto de la actuación de la Entidad y proyectándola en la sociedad.

Coherencia: las prácticas comunicacionales, fomentan y facilitan la coherencia entre el planteamiento estratégico en cada acercamiento con sus públicos objetivos.

Accesibilidad: Facilitar a los servidores, la ciudadanía y demás públicos, el acceso a la información y gestión de la entidad, fortaleciendo constantemente su comunicación, relaciones y actuaciones con ellos.

DIAGNÓSTICO

Fortalezas:²

- Está en el primer nivel de dirección
- Cuenta con un equipo de trabajo calificado (aunque no pertenezca a su estructura)
- Relación con los medios de comunicación

Oportunidades:

- La Contraloría General de Medellín es una entidad con credibilidad
- Relaciones con otras entidades del Estado
- La comunidad
- Mecanismos de participación ciudadana
- Cuenta con un Centro de Documentación Especializado que le permite garantizar a los usuarios el acceso a la información y la documentación necesarias frente al control fiscal y la administración pública. Difunde y genera información, estimula el conocimiento de la entidad y pone a disposición de los usuarios la información perteneciente en otras bibliotecas y centros de documentación gracias a su pertenencia a la Red de Bibliotecas de la ciudad.

Debilidades

- Procesos de cambio sin responder estrategia comunicacional planeada
- Desarticulación de las acciones comunicacionales
- Falta integridad en el manejo de la imagen

Amenazas

- Mal manejo de la información
- Difusión de material gráfico sin control

Servicio de Comunicaciones en la organización:³ La Encuesta de Comunicación Interna fue aplicada a 102 funcionarios y se obtuvo una calificación de 4.6 sobre 5 indicando lo siguiente:

² Tomado del Plan estratégico de comunicaciones 2012 – 2015 CGM

³ Tomado del informe de evaluación de los servicios internos 2016 CGM

La satisfacción del cliente mejoró 5.2% a junio de 2016 respecto de 2015. El resultado (4.6) es mayor a la tolerancia inferior que es de 3.5. En tal sentido es efectiva la comunicación de la Contraloría General de Medellín

El nivel de conocimiento del componente del sistema de gestión corporativa (misión, visión, valores, políticas, políticas, mapa de procesos, objetivos estratégicos) fue conceptualizado como bueno, al igual que la información de interés general (noticias, decisiones administrativas, agenda de concejo, actividades de bienestar laboral y capacitación), de igual forma las campañas institucionales (identidad corporativa, imagen, autocontrol, seguridad ocupacional, entre otros).

La oportunidad con la que se entrega la información fue ponderada como buena y como excelente la utilidad de la dicha información para el trabajo y desarrollo laboral.

En el caso de la utilidad de los medios para la comunicación organizacional en la Contraloría General de Medellín el sitio web y las carteleras digitales fueron conceptualizadas en términos de bueno, las carteleras digitales, la Intranet, el Boletín Interno y el correo institucional fueron calificados como excelentes.

La Encuesta de comunicación Externa fue aplicada a 20 periodistas de la ciudad obteniendo una calificación de 4.7 sobre 5 indicando lo siguiente:

Los boletines de prensa fueron calificados como excelentes. La relación de la entidad con los medios en términos de buena; la utilidad de la información entregada para el desarrollo de la labor periodística fue calificada como excelente. Respecto a su relación con la Entidad y sus funcionarios y la Oficina Asesora de prensa y comunicaciones aspectos como la atención, respeto, claridad en el mensaje, presentación y oportunidad en la respuesta de los requerimientos fueron calificadas como excelentes.

Se destacan además calificaciones en términos de gentileza y prontitud.

DIAGNÓSTICO VIGENCIA 2017 OFICINA ASESORA DE PRENSA Y COMUNICACIONES⁴

- Limitada comunicación organizacional por fallas de funcionamiento en los medios tecnológicos de que se dispone para transmitir la información: intranet, carteleras digitales, página WEB y sonido interno institucional.

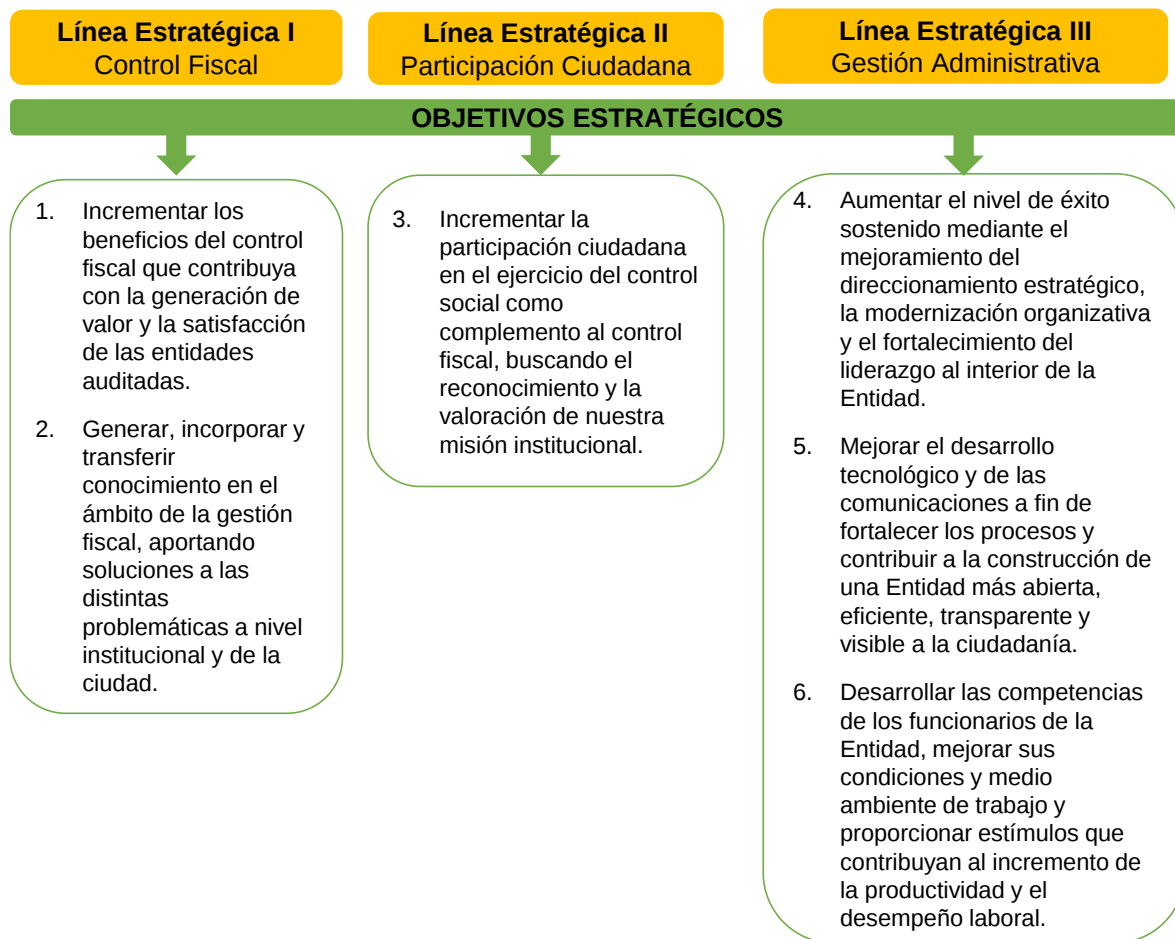
⁴ Identificación y procesamiento del Macroproblema de la Contraloría mediante la técnica de la Red Explicativa del Problema de la Planificación Estratégica Pública

- Débil estructura organizacional en la planta de cargos del equipo de comunicaciones para cumplir las funciones del proceso, mantener la memoria institucional.
- Limitaciones presupuestales para mantener las estrategias comunicacionales de la Entidad.
- Limitaciones tecnológicas, locativas y de personal para realizar consultas por parte de los servidores y usuarios sobre la documentación de control fiscal y administración pública.
- Desactualización de las colecciones sobre temas de control fiscal e inexistencia de políticas claras para el descarte de documentación del centro.

DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

Dentro del Plan Estratégico Institucional 2016 – 2019, ¡Con tu participación, Medellín crece!, el cual se fundamenta en tres (3) Líneas Estratégicas: Control Fiscal, Participación Ciudadana y Gestión Administrativa, en relación con la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones encontramos lo siguiente:

Gráfica 2:



Línea Estratégica 3 – Objetivo Estratégico 5: Mejorar el desarrollo tecnológico y de las comunicaciones a fin de fortalecer los procesos y contribuir a la construcción de una Entidad más abierta, eficiente, transparente y visible a la ciudadanía.

ESTRATEGIA 6: Fortalecimiento institucional en materia de tecnologías de la información y las comunicaciones			
PROGRAMAS	PROYECTOS	METAS	RESPONSABLES
Programa 6.1 Fortalecimiento de las comunicaciones internas y externas de la Entidad.	6.1.1 Gestión de Comunicación Pública.	- Revisión y ajuste de las políticas de comunicación. - Formulación y ejecución del Plan de Comunicación Institucional (Decreto 943 de 2014 Manual Técnico MECI). - Comunicar los resultados del ejercicio del control fiscal y posicionar la imagen de la entidad a través de los medios de comunicación definidos en el plan de comunicaciones - Medición de indicadores de gestión, evaluación de riesgos y generación de estadísticas del proceso Comunicación Pública	Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones

Para dar cumplimiento a la gestión de comunicación Pública y las metas se desarrollarán las siguientes actividades:

Comunicación Interna

•Carteleras

A través de los monitores digitales, se publica permanentemente información de interés general, actualidad, campañas informativas y formativas.

•Sistema de sonido interno

Implementación del sistema de sonido interno para la transmisión de mensajes permanentes y la promoción de campañas institucionales, también se debe realizar un magazín los viernes a las 8 am que le permita a los funcionarios tener un resumen de todo lo acontecido a nivel interno en la semana y que les recuerde los lineamientos y lo que viene para los próximos días.

•Campañas de comunicación interna

De acuerdo con las necesidades de cada una de las dependencias, desde la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones se generarán las campañas necesarias para llevar los mensajes de forma oportuna, creativa, pedagógica y moderna, teniendo en cuenta la concienciación, prevención, recordación y formación.

•Eventos

Es responsabilidad de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones disponer toda la logística pertinente para la realización de los diversos eventos que convoque la Contraloría, tales como la rendición de cuentas, audiencias públicas, seminarios, encuentros, etc.

•Correo Electrónico

Es un servicio de red, de gran acogida en la entidad y que permite a los usuarios recibir y enviar mensajes inmediatos con un gran impacto y efectividad. La Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones y Publicaciones, al recibir información de carácter urgente e importante, a través del correo electrónico, previa autorización de la Contralora y la Jefe de la Oficina, la envía a través de la cuenta de correo corporativo de la Oficina de Prensa prensacontraloria@cgm.gov.co

•Intranet

Es un medio que contribuye a que los funcionarios se mantengan informados a través de la red y a adelanten procesos administrativos, de forma sistemática y organizada, utilizando esta herramienta.

•Boletín interno

Se presenta una redefinición del boletín interno, con el objetivo de continuar con la política de cero papel, motivo por el seguirá siendo virtual, en un formato dinámico y fácil de leer, con una periodicidad semanal.

Los contenidos estarán orientados a la información corporativa administrativa, será la herramienta ideal para bajar la información desde la alta dirección a todas las dependencias y empleados. Seguirá posicionado como un medio de comunicación transversal, que permite a los funcionarios comunicarse e intercambiar experiencias propuestas.

Comunicación Externa

Comunicar y divulgar externamente es una de las actividades de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones que busca generar impacto en la ciudadanía y los diversos grupos de interés y mantener informado al público en general con respecto a las acciones de la Contraloría General de Medellín en su gestión.

El proceso de comunicación externa, debe dar a conocer a través de los medios de comunicación masiva, los pronunciamientos de la Contralora General y los resultados de la gestión institucional, y a través de estrategias comunicacionales dar a conocer a la ciudadanía los mecanismos dispuestos para la garantía de la defensa y cuidado de lo público, la participación ciudadana y los procesos pedagógicos y servicios que brinda.

Las herramientas para lograr estos objetivos son:

•**Posicionamiento de marca:** La Contraloría tiene una imagen corporativa, que debe mantener, para ello debe continuar los convenios estratégicos con diferentes entidades del Municipio e Instituciones Educativas.

•**Micro programa de Televisión Con Sentido Público:** La entidad cuenta con un micro-programa de televisión desde hace dos años, que seguirá emitiéndose por el canal Regional Teleantioquia, en esta administración cambia de horario como una estrategia para llegar a más públicos de interés y pasa de las 6:25 am miércoles y viernes en la emisión de Teleantioquia noticias de la mañana, a las 2:00 pm miércoles y viernes después del noticiero Hora 13, en este espacio la comunidad y públicos interesados seguirán viendo el acontecer diario de la Contraloría General de Medellín y sus seguidores pueden enviar sus comentarios a través del correo electrónico consentidopublico@cgm.gov.co

•**Sitio web:** Esta una solución que permite a la Entidad fortalecer información, criterios, eventos y los diferentes estados en los que la institución se proyecta, es una herramienta virtual que permite el contacto permanente con los clientes internos y externos. En el sitio web se publica toda la información corporativa, la de obligación legal, se implementan las fases de gobierno en línea y se facilitan recursos para la interactividad con la comunidad y se optimiza el proceso de participación ciudadana con la posibilidad de radicar y hacer seguimiento a quejas y reclamos.

El control de contenidos y de imagen está a cargo de la Oficina Asesora de prensa y Comunicaciones. En lo que respecta a contenidos algunas dependencias tendrán autonomía y responsabilidad para subir contenidos pero Prensa ejercerá el control pertinente para que se informe adecuadamente.

•**Redes Sociales:** Sin duda son los medios que generan mayor inmediatez y los públicos interesados están pendientes del acontecer o sucesos importantes que ocurren en la entidad, por eso se continua el trabajo a través de las redes sociales en Facebook, twitter, instagram, YouTube, etc. Donde se identifica a la organización como @contraloriamed, la información, diseños y contenidos finales están de la oficina de comunicaciones que cuenta con un estrategia digital, diseñadora y asesor que publicitan las publicaciones para llegar a cada rincón de la ciudad por medio virtual.

•**Boletines de Prensa:** Es la forma escrita, oficial y autorizada, que se entrega a los periodistas. De acuerdo con la información que se genera por efectos de la acción fiscalizadora de la entidad, la Contralora y la Jefe de la Oficina Asesora de prensa determinan la relevancia de la misma y la pertinencia de que sea enviada a

los medios. Los funcionarios de la oficina Asesora de Prensa escribe el boletín y una vez es aprobado por la Contralor, es enviado a los medios por el correo institucional prensacontraloria@cgm.gov.co

•**Rueda de Prensa:** Acto informativo convocado por la entidad, al que se invitan los medios de comunicación masiva, a través de correo electrónico, en el cual se entrega información de impacto para la ciudadanía respecto de la gestión de control ejercida por la entidad o por la ocurrencia de un hecho inesperado que amerite la convocatoria.

•**Difusión de pauta pedagógica:** Con base en un análisis de los medios de comunicación masiva (prensa, radio, televisión, sitios web, etc.) se evalúa el impacto y la población objeto para contratar sus servicios para la transmisión del mensaje pedagógico de la entidad, el cual podrá variar de acuerdo con el público objetivo o la actividad puntual de la entidad en determinadas épocas.

•**Impresos y Publicaciones:** Se elaborarán las piezas gráficas pertinentes para la difusión de la imagen y mensaje institucional.

•**Informes al Concejo y a la comunidad:** En coordinación con el área misional, la Contraloría Auxiliar Ambiental y la Contraloría de Participación Ciudadana, la Oficina Asesora de prensa y Comunicaciones se encarga de la corrección de estilo, el diseño y publicación, de acuerdo con la herramienta que determine la Contralora, que puede ser impresa, digital, multimedia, etc. La Oficina Asesora de prensa se encarga también del adecuado reparto de estas publicaciones para llegar al mayor número de personas posible.

•**Centro de Documentación Especializado:** Satisfacer las necesidades de consulta bibliográfica relacionada con el control fiscal y la administración pública. Material bibliográfico actualizado y con calidad. Espacio ubicado al interior del Edificio Miguel de Aguinaga donde se prestan servicios bibliotecarios a usuarios internos y externos. Su servicio hace parte de las funciones de la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones. Las acciones para lograr su visualización y el cumplimiento de sus objetivos son:

Difusión de información: promoción de contenidos y estimulación de su conocimiento para establecer una cultura organizacional.

Coordinación: Poner a disposición de los usuarios la información ubicada en otras bibliotecas y centros de información, a través de la Red de Bibliotecas de la ciudad.

Cooperación: Integrarse en redes y sistemas de información que potencien el deber ser y quehacer del Centro de Documentación Especializado de la Contraloría General de Medellín.

OBJETIVOS DEL PLAN

Objetivo General: Mantener informados a los clientes internos y externos a través de los diferentes medios de comunicación disponibles con los requisitos de calidad definidos, satisfaciendo sus necesidades.

Objetivos Específicos (Metas)

- Producir y emitir 75 programas de TV institucional
- Realizar y publicar el boletín interno cada semana (a excepción de las dos últimas semanas de diciembre y las dos primeras de enero)
- Realizar tres campañas institucionales de comunicación interna
- Realizar una campaña institucional de comunicación externa
- Emitir pauta pedagógica en por lo menos 20 programas de radio local
- Mantener información actualizada en carteleras digitales
- Diseñar y producir informes institucionales (gestión, fiscal y financiero y ambiental)
- Mantener estrategia de redes sociales con información en tiempo real y campañas de posicionamiento
- Emitir boletines de prensa institucionales
- Nivel de satisfacción de la comunicación interna y externa (funcionarios y periodistas)

EJE TRANSVERSAL – MECI 2014 ⁵

Tal como lo expresa el Manual Técnico del Modelo Estándar de Control Interno para el estado Colombiano MECI 2014, la información y la Comunicación es un eje transversal a los Módulos de Control del Modelo, dado que en la práctica las organizaciones y entidades lo utilizan durante toda la ejecución del ciclo PHVA; de tal manera, que complementa y hace parte esencial de la implementación y fortalecimiento de los Módulos en su integridad.

La Información y Comunicación tiene una dimensión estratégica fundamental por cuanto vincula a la entidad con su entorno y facilita la ejecución de sus operaciones internas, dándole al usuario una participación directa en el logro de los objetivos. Es un factor determinante, siempre y cuando se involucre a todos los niveles y procesos de la organización.

Para su desarrollo se deben diseñar políticas, directrices y mecanismos de consecución, captura, procesamiento y generación de datos al interior y en el entorno de cada entidad, que satisfagan la necesidad de divulgar los resultados, de mostrar mejoras en la gestión administrativa y procurar que la información y la comunicación de la entidad y de cada proceso, sea adecuada a las necesidades específicas de la ciudadanía y de las partes interesadas.

A través de este eje se espera mejorar la transparencia frente a la ciudadanía por medio de la rendición de cuentas a la comunidad y el cumplimiento de las obligaciones frente a las necesidades de los usuarios.

Para obtener los beneficios proporcionados por la Información y la Comunicación, es necesario conocer las necesidades de la ciudadanía, de las partes interesadas y las de la entidad, identificar sus fuentes y definir una estructura para su procesamiento y socialización. Para lo cual es necesario identificar:

Información y Comunicación Externa

La información y Comunicación Externa hace referencia a todos los datos que provienen o son generados por el cliente y/o usuario externo. Es a través de la cual la organización está en contacto directo con la ciudadanía, los proveedores, los contratistas, las entidades reguladoras, las fuentes de financiación y otros organismos; 111 o en contacto indirecto pero que afecta su desempeño, como el ambiente político, las tendencias sociales, las variables económicas, el avance tecnológico, entre otros.

⁵ MECI 2014

Es a través de este mecanismo que se garantiza la difusión de información de la entidad pública sobre su funcionamiento, gestión y resultados en forma amplia y transparente hacia los diferentes grupos de interés.

Éste elemento debe garantizar que efectivamente la interacción de la entidad con las partes interesadas y la ciudadanía estén enfocadas a la construcción de lo público y a la generación de confianza, mediante la definición de políticas de comunicación, participación ciudadana, de comunicación de gestión y resultados y la formulación de parámetros que orienten el manejo de la información.

La principal fuente de Información Externa es la ciudadanía y las partes interesadas, por consiguiente, debe ser observada de manera permanente con el fin de reducir los riesgos y optimizar la efectividad de las operaciones. Para ello se recurre al análisis de las comunidades desde todo aspecto relevante para cada entidad.

Frente a este último aspecto es necesario resaltar que la administración de las quejas y reclamos constituye un medio de información directo de la entidad con la ciudadanía y las partes interesadas, permitiendo registrar, clasificar y realizar seguimiento al grado de cumplimiento de los intereses de los beneficiarios; estas son fuente de información sobre los incumplimientos institucionales y a través de éstos se puede conocer su origen, alcance, gravedad, impacto y frecuencia.

Otras fuentes de Información externa la constituyen los estudios sociológicos y socioeconómicos realizados por instituciones diferentes a la entidad, las bases de datos de otros organismos, los sistemas de información nacionales, entre otros.

Por su lado, la Comunicación externa debe trabajarse como un eje estratégico transversal a la estructura organizacional con el fin de darle cumplimiento al principio constitucional de publicidad y transparencia.

En este sentido, se hace necesario construir el concepto como algo inherente a la cultura organizacional y no solamente como una práctica focalizada de manera exclusiva en la difusión de mensajes informativos; entendiendo, que la comunicación es la forma concreta de cómo se expresa la cotidianidad de la cultura de la entidad.

Información y Comunicación Interna

Es el conjunto de datos que se originan del ejercicio de la función de la entidad y se difunden en su interior, para una clara identificación de los objetivos, las estrategias, los planes, los programas, los proyectos y la gestión de operaciones hacia los cuales se enfoca el accionar de la entidad.

Para el óptimo funcionamiento de este eje, debe garantizarse su registro y/o divulgación oportuna, exacta y confiable, en procura de la realización efectiva y eficiente de las operaciones, soportar la toma de decisiones y permitir a los funcionarios un conocimiento más preciso y exacto de la entidad.

Es importante fomentar en los servidores un sentido de pertenencia, una cultura organizacional en torno a una gestión ética, eficiente y eficaz que proyecte su compromiso con la rectitud y la transparencia, como gestores y ejecutores de lo público, contribuyendo al fortalecimiento continuo del clima laboral.

En una entidad eficaz la información y la comunicación fluyen en varias direcciones lo que conduce a la necesidad de establecer estrategias comunicativas concretas, que incidan en los flujos de comunicación descendente, ascendente y transversal.

Sistemas de información y Comunicación

Está conformado por el conjunto de procedimientos, métodos, recursos (humanos y tecnológicos) e instrumentos utilizados por la entidad pública, para garantizar tanto la generación y recopilación de información; como la divulgación y circulación de la misma, hacia los diferentes grupos de interés, con el fin de hacer más eficiente la gestión de operaciones en la entidad pública.

A partir de las políticas fijadas en materia de Información y Comunicación, la entidad debe establecer mecanismos internos y externos para recopilar y/o socializar la información generada.

Para que la ejecución de estos Sistemas se desarrolle de manera eficaz, eficiente y efectiva, deben nutrirse de un componente físico (hardware), de programas, información y conocimiento (software), de recurso humano, y de datos a procesar o difundir.

LINEAMIENTOS PARA LA GESTIÓN DE LA OFICINA ASESORA DE PRENSA Y COMUNICACIONES

La gestión de comunicaciones se sustenta en atención los siguientes lineamientos:

- Lineamientos legales que rigen la administración y la gestión pública en Colombia.
- Lineamientos estratégicos que proporcionen el relacionamiento institucional en todos sus niveles y con todos sus públicos
- Lineamientos tácticos que facilitan la trabajo comunicacional.

LINEAMIENTOS LEGALES

El acceso a la información pública es un derecho

Conceptos legales: acceso a la información pública para fines informativos y de control ciudadano.

Descripción: la información de la Contraloría General de Medellín es pública, está siempre disponible. La ciudadanía podrá informarse frente a las auditorías realizadas, la administración de los recursos, rendición de cuentas, a actuaciones y resultados de la administración y gestión pública. Con ello se afianza además la cultura de transparencia, el control social y la corresponsabilidad con la comunidad.

Responsables y requerimientos: La Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones conjuntamente con la Contraloría Auxiliar de Desarrollo Tecnológico divulga y actualiza la información de acuerdo a sus competencias. Así mismo se implementan estrategias relacionadas con el acceso a la información, la automatización de trámites y servicios de la estrategia de Gobierno en línea.

La transparencia y legitimidad institucional no se informa, se evidencia y comunica

Conceptos legales: transparencia en la administración y gestión de la Contraloría General de Medellín.

Descripción: los actos comunicacionales deben evidenciar la transparencia de la gestión y actuación de la Entidad. La Contraloría General de Medellín debe proyectar su transparencia como fiscalizador de lo público.

Responsables y requerimientos: la Subcontraloría y la Oficina Asesora de Prensa Comunicaciones elabora y expone anualmente rendición de cuentas frente a los resultados de su gestión misional, así mismo presenta ante el Concejo Municipal informes fiscal y financiero y de los recursos y el medio ambiente; convirtiéndose éstos en espacios estratégicos para divulgar y posicionar la Entidad.

Es función de la Oficina Asesora de Prensa y comunicaciones, revisar, corregir, graficar, editar, imprimir y preparar material para la presentación de dichos informes y la estrategia que conlleve, así como consolidarla digitalmente para el acceso y consulta a través de la página web, intranet, redes sociales, entre otros canales.

El servicio y satisfacción ciudadana son la razón de ser de la Contraloría General de Medellín

Conceptos legales: Servicio al Ciudadano, Ley Antitrámites, PQRS y solicitudes ciudadanas.

Descripción: es deber de la Contraloría General de Medellín orientar la gestión para satisfacer las necesidades informativas del ciudadano frente a sus competencias

La Entidad genera canales y herramientas para recibir y dar respuesta oportuna a las solicitudes de la ciudadanía en general, así como las recomendaciones y aportes que propendan por el mejoramiento continuo.

Responsables y requerimientos: la Contraloría Auxiliar de Participación ciudadana es quien administra el proceso y la Oficina Asesora de Comunicaciones, es la encargada de diseñar dicho espacio para la web y de recibirlas y tramitarlas a través de redes sociales. Así mismo garantiza la promoción de dicho proceso a través de los diferentes medios comunicacionales existentes.

La atención e interacciones institucionales generadas deben caracterizarse por su claridad y cordialidad y debe ser además diligentes, adecuadas, oportunas y efectivas.

La Participación Ciudadana es derecho, deber y esencial escenario de legitimación, posicionamiento y mejoramiento de la gestión institucional

Conceptos legales: servicio al ciudadano, participación ciudadana, transparencia y eficiencia administrativa, política anticorrupción, entre otros.

Descripción: la participación ciudadana constituye un derecho y un deber que convoca a la corresponsabilidad de la ciudadanía en la planeación y gestión pública, así como la veeduría y control de la administración y uso de los bienes y recursos públicos.

Responsables y requerimientos: la Entidad construye, socializa e implementa una estrategia para la participación ciudadana y procura las condiciones y recursos para que esta se desarrolle con efectividad.

La Oficina Asesora de Prensa Comunicaciones, conjuntamente con las dependencias responsables, garantiza que todo proceso emprendido sean divulgados y convoquen, la Participación Ciudadana, garantizando que las inquietudes y sean retroalimentados.

La gestión de comunicaciones constituye soporte estratégico para la integración y coordinación de la planeación y gestión público privada en el territorio

Conceptos legales: integración de la planeación y la gestión, la eficiencia administrativa y el intercambio de información entre entidades.

Descripción: construye y fortalece las relaciones con el objetivo de generar visiones comunes y espacios de comunicación asertivos para el desarrollo de proyectos y tareas que respondan a los objetivos misionales.

Responsables y requerimientos: la Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones, conjuntamente con las dependencias responsables evidencia y promociona la articulación y coordinación institucional con la ciudadanía y públicos definidos, destacando la importancia y los beneficios de estas. Así mismo es responsabilidad facilitar el flujo de la información, la actualización de contenidos y dar respuesta oportuna a las solicitudes generadas por los medios de comunicación.

Las tecnologías más que una herramienta son soporte de la coherencia, eficiencia y transparencia de la gestión institucional

Conceptos legales: Gobierno en línea: Cero Papel, Eficiencia y Transparencia en la administración y gestión pública.

Descripción: en atención a los lineamientos gubernamentales para el Gobierno en línea, vela porque la gestión y actuación institucional al interior y hacia la comunidad, sea coherente.

Responsables y requerimientos:

La Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones, conjuntamente con las dependencias responsables diseña, desarrolla, evalúa y retroalimenta campañas internas para la divulgación y apropiación de estrategias como: Cero Papel, Plan Anticorrupción, Gobierno en línea y temas relacionados

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS

Nivel funcional

La Oficina Asesora de Prensa Comunicaciones conjuntamente con las dependencias responsables, garantiza el oportuno y efectivo flujo de información frente a sus competencias y actualiza los formatos requeridos en la intranet, sitio web u otros medios que la Entidad así señale en cumplimiento de las políticas institucionales establecidas.

Nivel Organizativo

Todos los planes, estrategias y campañas comunicacionales de la Contraloría General de Medellín, deben cumplir las etapas que se establecen a continuación:

Planificación

Diseño

Ejecución

Seguimiento

Evaluación

Acciones de mejora en caso de requerirse

Nivel Pedagógico

A través de diversas estrategias y mecanismos se facilita el acceso a la información la Oficina Asesora de Comunicaciones brinda a sus diferentes públicos información veraz, oportuna, accesible, completa y confiable. Promueve además espacios para recibir sus sugerencias y recomendaciones que permitan evaluar y ajustar acciones institucionales.

La gestión integral debe consolidar la idea de que cada mensaje, pieza, medio, evento, estrategia, acción es un vehículo para enseñar algo o contar algo importante sobre los planes, el quehacer y resultados institucionales.

LINEAMIENTOS TÁCTICOS

Lineamientos para gestionar la información institucional

La Oficina Asesora de Prensa y Comunicaciones, planea, diseña, desarrolla un boletín virtual semanal en el que se divulga la información institucional a su público interno.

De igual manera y cuando sea necesario, planea, diseña, emite y hace seguimiento a boletines de prensa con información institucional noticiosa

Emite de manera interna notas cortas de carácter informativo y cultural sobre lo que hace la entidad y lo que fomenta en la cultura organizacional.



Para los usuarios y públicos que hacen un uso de las redes sociales, se diseña y divulga información institucional en tiempo real.

Finalmente, se debe garantizar a través de la Página Web la divulgación de eventos, convocatorias, procesos contractuales, espacios para participación ciudadana e información actual frente al desarrollo misional de la Contraloría General de Medellín

FINANCIACIÓN DEL PLAN

La financiación del plan táctico de la Oficina Asesora de prensa y Comunicaciones se realiza con cargo al presupuesto de la Contraloría General de Medellín. Para la vigencia 2017 cuenta con total de \$905.000.000 dentro de los siguientes rubros presupuestales

- Estrategias comunicacionales
- Impresos y suscripciones
- Materiales y suministros
- Publicidad institucional
- Honorarios

SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN

Con el propósito de verificar el avance y cumplimiento de las metas contempladas en el plan, se realizará seguimiento permanente a la ejecución de las metas y realizará dos (2) informes de autoevaluación, uno (1) semestral con corte a junio 30 y otro anual a diciembre 31 de cada vigencia, los cuales serán enviados a la Oficina Asesora de Planeación para consolidar el informe de gestión institucional del período correspondiente.

Adicionalmente, cada uno de los responsables calculará y analizará los indicadores asociados a las metas y los del proceso/procedimiento a través del cual, ejecuta las metas, estos, se anexarán al informe de autoevaluación

POLÍTICA DE MODIFICACIONES

Las metas e indicadores que conforman el plan, serán susceptibles a cambios y ajustes según modificaciones de las condiciones del entorno interno y externo. Las solicitudes se harán a la Oficina Asesora de Planeación, de forma anticipada a su ejecución, con la justificación y el visto bueno del superior inmediato, de la Contralora de Medellín, cuando se trate de modificación al Plan estratégico 2016-2019.