



Contraloría General del Departamento Archipiélago
de San Andrés, Providencia y Santa Catalina

Control Fiscal Participativo con Resultados



2020-2021

**PLAN INSTITUCIONAL DE
COMUNICACIONES**



**RESOLUCIÓN No. 100
(13 de mayo de 2020)**

“POR LA CUAL SE ADOPTA EL PLAN INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES INTERNA Y EXTERNA, 2020-2021, DE LA CONTRALORIA GENERAL DEL DEPARTAMENTO ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA”

El Contralor General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, en uso de sus atribuciones constitucionales y legales, en especial las conferidas en la Ordenanza No.004 del 10 enero de 2020.

CONSIDERANDO

Que de conformidad con lo consagrado en el artículo 209 de la Constitución Política, la función administrativa está al servicio de los intereses generales y se desarrolla con fundamento en los principios de igualdad, oralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad, mediante la descentralización, la delegación y la desconcentración de funciones.

Que la Ley 489 de 1998, en su artículo 37 dispone: "Los sistemas de información de los organismos y entidades de la administración pública, servirán de soporte al cumplimiento de su misión, objetivos y funciones, darán cuenta del desempeño institucional y facilitarán la evaluación de la gestión pública a su interior, así como, a la ciudadanía en general".

Que el Decreto 943 de 2014 establece la Información y Comunicación como un eje transversal a los Módulos del Modelo de Control, puesto que vincula a la Entidad con su entorno y facilita la ejecución de sus operaciones internas, dándole al usuario una participación directa en el cumplimiento de los objetivos.

Que la Ley 1712 de 2014 crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y dicta otras disposiciones.

Que el Manual de Implementación del Modelo Estándar de Control Interno, en el subsistema de Control de Gestión, establece el componente de Comunicación Pública constituido por los elementos de Comunicación Organizacional, Comunicación Informativa y Medios de Comunicación.

Que el numeral 7.4 de la Norma Técnica de Calidad NTC-ISO 9001:2015 establece la Comunicación Interna y externa como un proceso del Sistema de Gestión de la Calidad, y que este debe incluir una estrategia para determinar: **a)** Qué comunicar. **b)** Cuándo comunicarlo. **c)** A qué persona comunicárselo. **d)** Cómo realizar la comunicación. **e)** Quién es la persona encargada de realizar la comunicación.

Control fiscal Participativo con Resultados”





**CONTRALORIA GENERAL DEL DEPARTAMENTO
ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA**

Que la Comunicación Pública en la Contraloría General del Departamento Archipiélago, debe tener carácter prioritario y estratégico, con fundamento en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión - MIPG en su versión actualizada (Decreto 1499 de 2017) el cual define un marco de referencia para dirigir, planear, ejecutar, hacer seguimiento, evaluar y controlar la gestión de las entidades y organismos públicos, con el fin de generar resultados que atiendan los planes de desarrollo y resuelvan las necesidades y problemas de los ciudadanos, con integridad y calidad en el servicio. Por ende, resulta necesario y pertinente adoptar el “Plan Institucional de Comunicaciones Interna y Externa 2020-2021 de la Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina”. Que teniendo en cuenta lo anterior,

RESUELVE:

ARTÍCULO PRIMERO: Adoptar el Plan Institucional de Comunicaciones Interna y Externa 2020-2021 de la Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, el cual hace parte integral del presente acto administrativo.

ARTÍCULO SEGUNDO: Las disposiciones de la presente resolución y del Plan Institucional de Comunicaciones Interna y Externa 2020-2021 de la Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, serán de obligatorio cumplimiento por parte de los empleados de la Entidad, así como su ejecución, seguimiento y evaluación.

ARTICULO TERCERO: El presente acto administrativo y el respectivo documento contentivo del Plan Institucional de Comunicaciones Interna y Externa 2020-2021 de la Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, será socializado a todos los empleados de la Entidad.

ARTÍCULO CUARTO: Publicar la presente resolución en la página web de la Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

ARTÍCULO QUINTO: La presente resolución rige a partir del día siguiente a su publicación y deroga todas las disposiciones que le sean contrarias.

COMUNÍQUESE, PUBLIQUESE Y CUMPLASE

Dada en San Andrés Isla a los trece días del mes de mayo de Dos mil Veinte (2020).

JUSTINIANO BROWN BRYAN
Contralor General Del Departamento Archipiélago

Control fiscal Participativo con Resultados”

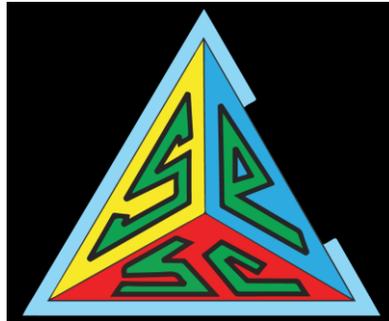
Avenida Francisco Newball, Edificio OCCRE piso 3 - San Andrés Isla
Tel.: 51 25190 - 51 20189 - Fax: 51 22465
Correo Electrónico: cgdsai@telecom.com.co – contraloriasai.gov.co
Página Web: www.contraloriasai.gov.co





**CONTRALORIA GENERAL DEL DEPARTAMENTO
ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA**

PLAN INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES



**CONTRALORIA GENERAL DEL DEPARTAMENTO ARCHIPIELAGO DE SAN ANDRES,
PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA**

VIGENCIA 2020 – 2021

JUSTINIANO BROWN BRYAN
Contralor General del Departamento Archipiélago

Control fiscal Participativo con Resultados”

Avenida Francisco Newball, Edificio OCCRE piso 3 - San Andrés Isla
Tel.: 51 25190 - 51 20189 - Fax: 51 22465
Correo Electrónico: cgdsai@telecom.com.co – contraloriasai.gov.co
Página Web: www.contraloriasai.gov.co





COMITE DIRECTIVO

JUSTINIANO BROWN BRYAN

Contralor General Del Departamento Archipiélago

TRACY LEVER MANJARREZ

Contralora Auxiliar

SOLYMAR POMARE GORDON

Jefe Oficina de Control Interno

LUIS EDUARDO SALAZAR OLIVEROS

Jefe Asesor Oficina de Planeación

STARLIN GRENARD BENT

Profesional Especializado

Dependencia de Responsabilidad Fiscal

HAMILTON BRITTON BOWIE

Profesional Especializado

Dependencia de Auditorias y Participación Ciudadana

Control fiscal Participativo con Resultados”





Tabla de Contenido

INTRODUCCIÓN	7
DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO	8
MISIÒN.....	8
VISIÒN	8
PRINCIPIOS.....	8
VALORES ETICOS	9
MARCO NORMATIVO	10
GLOSARIO DE TERMINOS Y CONCEPTOS.....	11
BENEFICIOS DEL PLAN	13
ALCANCE DEL PLAN	14
PÚBLICOS	15
PRINCIPIOS COMUNICACIONALES	16
PROTOCOLO Y MANEJO DE LAS COMUNICACIONES ANTE CRISIS	17
DIAGNOSTICO	18
ANALISIS DE LOS PROCESOS INSTITUCIONALES	20
ESTRATEGIA DEL PLAN DE MEDIOS EN EL PLAN INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES	25
PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA 2020-2021	29
OBJETIVOS DEL PLAN	30
OBJETIVOS ESPECÍFICOS:	30
ESTRATEGIAS Y METAS.....	31
SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN DEL PLAN.....	34
POLÍTICA DE MODIFICACIONES	34
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	35

Control fiscal Participativo con Resultados”





INTRODUCCIÓN

La Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, dentro de su Plan Estratégico 2020 – 2021 **“Control Fiscal Participativo con Resultados”** busca el fortalecimiento de sus procesos y a la construcción de una Entidad más abierta, eficiente, transparente, visible y con participación de la ciudadanía.

En este sentido, el presente Plan Institucional de Comunicaciones juega un papel protagónico en la ejecución de las actividades de la entidad, permitiéndole crear y mantener entre sus grupos de interés una percepción positiva frente al cumplimiento de su misión.

Cabe destacar que el proceso comunicacional en la Entidad es entendido hoy de manera transversal, tanto estratégica como funcionalmente, convirtiéndose así en el canal que establece las relaciones que la Entidad sostiene con la ciudadanía y sus grupos de interés, y que entiende que la Comunicación como el articulador de todos los mensajes que emite al interior y exterior de la entidad, con el propósito de fortalecer, gestionar la imagen corporativa y contribuir al logro de sus objetivos estratégicos.

Este Plan Institucional de Comunicaciones le apuesta a una gestión integral, capaz de conceptualizar, planear, gestionar, ejecutar y evaluar todos los procedimientos de comunicación que tienen lugar en la Entidad, de allí que la Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina orienta y priorice la gestión de las comunicaciones y el relacionamiento institucional, garantizando así que los requerimientos y lineamientos de la comunicación pública en Colombia, genere los mecanismos de información, socialización y participación la ciudadanía y distintos públicos en la gestión y proyectos emprendidos por la entidad.

Por lo anterior, el presente plan de comunicaciones se formula teniendo en cuenta el direccionamiento estratégico al que le apuesta la entidad, además de su misión, visión, slogan, principios y valores éticos con que se ejerce el control fiscal y los cuales se presentan a continuación.

Control fiscal Participativo con Resultados”





DIRECCIONAMIENTO ESTRATEGICO

La Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina ha establecido los criterios para la creación de una cultura de calidad, fortalecimiento de su imagen Institucional, transparencia ante la ciudadanía, basada en la satisfacción del cliente, el cumplimiento de los requisitos y el crecimiento de la Entidad, que incluye la misión, la visión, objetivos estratégicos, los principios y valores que promueven el sentido de pertenencia.

MISIÓN

Vigilar la adecuada conservación y buen uso del patrimonio económico, social y ambiental de la comunidad del Archipiélago Insular, liderando la aplicación de técnicas moderadas de Control Integral en cumplimiento de los principios de eficacia, eficiencia, economía y equidad en un entorno de desarrollo sostenible, con efectivos mecanismos de interacción social, cimentados en los valores y principios de transparencia y honestidad.

VISIÓN

La Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina para el año 2021, **será un referente por parte de la comunidad como una entidad pública efectiva y oportuna en el ejercicio del Control Fiscal Participativo.**

SLOGAN

“CONTROL FISCAL PARTICIPATIVO CON RESULTADOS”

PRINCIPIOS

Los principios éticos del servidor público de la Contraloría Departamental del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, son los establecidos en el artículo 209 de la Constitución Política de Colombia: **Igualdad, Moralidad, eficacia, economía, celeridad, imparcialidad y publicidad.**

Control fiscal Participativo con Resultados”





VALORES ETICOS

Mediante Resolución No. 403 del año 2019 la Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina adopta el Código de Integridad el cual reúne los valores éticos, que coadyuvarán en la construcción de un ambiente favorable entre la entidad, sus sujetos y puntos de control y son como a continuación se detallan:

Honestidad: Actúa siempre con fundamento en la verdad, cumpliendo mis deberes con transparencia y rectitud, y siempre favoreciendo el interés general.

Respeto: Reconozco, valoro y trato de manera digna a todas las personas, con sus virtudes y defectos, sin importar su labor, su procedencia, títulos o cualquier otra condición.

Compromiso: Soy consciente de la importancia de mi rol como servidor público y estoy en disposición permanente para comprender y resolver las necesidades de las personas con las que me relaciono en mis labores cotidianas, buscando siempre mejorar su bienestar.

Diligencia: Cumplo con los deberes, funciones y responsabilidades asignadas a mi cargo de la mejor manera posible, con atención, prontitud y eficiencia, para así optimizar el uso de los recursos del Estado

Justicia: obro respetando la verdad y dando a cada uno lo que le corresponde.

Transparencia: Desarrollo mis actividades laborales y personales con medidas y métodos a la disposición pública, sin tener nada que ocultar.

Laboriosidad: Trabajo con disciplina, entrega y esmero por las actividades encomendadas a mi cargo.

Control fiscal Participativo con Resultados”





MARCO NORMATIVO

Para el desarrollo del presente Plan Institucional de Comunicaciones, es necesario considerar un marco normativo que garantice la legalidad de las estrategias y procesos a implementar, teniendo como referente la 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 Ley 489 de 1998	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
Ley 80 de 1993	Contratación administrativa (mecanismos de publicidad y transparencia en procesos de contratación)
Ley 134 de 1994 CONPES 3654 de 2010	Participación ciudadana
Ley 850 de 2003 CONPES 3649 del 15 de marzo de 2010	Política de Rendición de Cuentas
Ley 87 de 1993	Anti trámites y Eficiencia en la Administración y Gestión Pública
Decreto 1151 de 2008. Derogado por el Decreto Nacional 2573 de 2014	Política Nacional de Servicio al Ciudadano
Decreto 1122 de 1999	Ejercicio del control interno en las Organizaciones y organismos del Estado
Ley 594 de 2000	Gobierno en línea
Decreto 2609 de 2014	Normas para suprimir trámites, facilitar actividad del ciudadano, contribuir con la eficiencia administración
NTC 5854 del 20 de junio del 2011	Ley General de Archivos
Acto Legislativo 04 de 2019	Gestión Documental
Artículo 37 de la ley 489 de 1998	Accesibilidad las Páginas WEB
Decreto 1083 de 2015,	Por medio del cual se reforma el régimen de Control Fiscal.
	El cual hace referencia a los sistemas de información de las Entidades y organismos de la Administración Pública.
	El cual establece el desarrollo del Sistema de Control Interno en los organismos y Entidades públicas

Fuente: Oficina de Comunicaciones

Control fiscal Participativo con Resultados”





GLOSARIO DE TERMINOS Y CONCEPTOS

Las acciones o formas de comunicación permiten proyectar el fortalecimiento y mejoramiento continuo, el cual deriva de la transversalidad de las funciones que implica una Asesoría de Prensa y Comunicaciones, con lo cual se busca lograr una ejecución y unos resultados en los procesos institucionales como una medida en la cual es necesario definir conceptos y mensajes relacionados directamente a la entidad.

Estas dimensiones comunicativas son:

Identidad Corporativa: Es la forma de ser de la Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina en lo que respecta a cómo la ciudadanía identifica la entidad, es lo que diferencia, es la cuantificación de los valores y principios.

Comunicación: Es la posibilidad de los seres de transmitir a otra información.

Imagen Corporativa: Es la percepción que la Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina proyecta a sus diferentes públicos a través de su relacionamiento y ejecución.

Cultura organizacional: Son las 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: Es 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.

Beneficiario: Que goza de un beneficio o se beneficia de algo. Organización, Entidad o persona que recibe un producto y/o servicio. Los beneficiarios pueden ser internos o externos a la Entidad.

Calidad: Propiedad o conjunto de propiedades inherentes a una persona o cosa que permiten apreciarla con respecto a las restantes de su especie.

Ciudadano: Toda persona **Canal:** Medio de transmisión por el que viajan las señales portadoras de información emisor y receptor. Es frecuente referenciarlo también como

Control fiscal Participativo con Resultados”





canal de datos. Los canales pueden ser personales o masivos: los canales personales son aquellos en donde la comunicación es directa considerada como miembro activo de un Estado, titular de derechos políticos y sometido a sus leyes.

Comunicación: Actividad consciente de intercambiar información entre dos o más participantes con el fin de transmitir o recibir significados a través de un sistema compartido de signos y normas semánticas. Los pasos básicos de la comunicación son la formación de una intención de comunicar, la composición del mensaje, la codificación del mensaje, la transmisión de la señal, la recepción de la señal, la decodificación del mensaje y finalmente, la interpretación del mensaje por parte de un receptor.

Comunicación ascendente: La que se da desde los niveles jerárquicos más bajos de la organización hacia los niveles más altos. Este flujo de comunicación permite que los colaboradores trabajen de manera pro activa en la toma de decisiones y participen de manera constante en la creación e innovación de la organización

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.

Mensaje: Es el objeto de la comunicación. Está definido como la información que el emisor envía al receptor a través de un canal de comunicación o medio de comunicación determinado (como el habla o la escritura, por ejemplo). Sin embargo, el término también se aplica, dependiendo del contexto, a la presentación de dicha información; es decir, a los símbolos utilizados para transmitir el mensaje. Cualquiera que sea el caso, el mensaje es una parte fundamental en el proceso del intercambio de información.

Proceso: es un conjunto de actividades mutuamente relacionadas o que al interactuar juntas en los elementos de entrada los convierten en resultados.

Control fiscal Participativo con Resultados”





Publicidad: Forma de comunicación que intenta incrementar el consumo de un producto o servicio.

Receptor: Destinatario de un mensaje.

BENEFICIOS DEL PLAN

Con la implementación efectiva del Plan Institucional de Comunicaciones, la Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina, podrá percibir que su gestión y relación con el entorno, usuarios y diferentes grupos de interés los siguientes 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.

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.

Control fiscal Participativo con Resultados”





- ✓ 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 institucionalidad y sus actuaciones.
- ✓ 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 del ente de control fiscal en estrategias comunicativas que están orientadas a la socialización, divulgación y promoción de las actividades de la entidad enmarcadas en el Plan Estratégico “Control Fiscal Participativo con Resultados”.

En este orden ideas, el plan de comunicaciones responde al cumplimiento de los objetivos de las líneas estratégicas del plan estratégico 2020-2021, para lo cual debe identificarlos, reconocerles y generar estrategias para lograr el cumplimiento de:

- Asegurar el funcionamiento e Impulsar el fortalecimiento institucional
- Promover la participación de la ciudadanía en la vigilancia de la gestión pública y sus resultados
- Fortalecer el proceso de responsabilidad fiscal y jurisdicción coactiva, mediante la articulación de un proceso auditor efectivo, en pro de salvaguardar el erario público

Control fiscal Participativo con Resultados”





PÚBLICOS

Teniendo en cuenta los ejes estratégicos mencionados anteriormente, es necesario definir y dar a conocer los públicos a los cuales estarán dirigidas cada una de las estrategias y acciones comunicativas del presente plan. De igual manera, es importante indicar que se hace necesario identificar cada uno de los públicos, ya que con ello se logra establecer estrategias y generar efectos frente al control fiscal a través de la participación ciudadana

A continuación, se relacionan y definen los públicos hacia los cuales se orientan las acciones comunicativas del presente Plan, teniendo como referente una primera instancia que son los generadores de información y una segunda instancia que son los receptores de la información:

Primera Instancia:

Entendidos como público interno (colaboradores) de nivel jerárquico y/o con manejo de información relacionada al cumplimiento de la misión institucional y que generan información a partir de las actividades que están a su cargo.

- **Directivos de la organización:** Son los multiplicadores de la información descendente que tienen a su cargo los diferentes procesos de la organización.
- **Nivel operativo de la organización:** Se encargan de replicar a nivel interno las acciones y resultados de la Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina y además son los encargados de mantener el contacto directo con los sujetos de control.
- **Nivel profesional de la organización:** Por su liderazgo y capacidad persuasiva frente a demás funcionarios, son los encargados de ejercer un alto nivel de legitimación y actúan como motivadores entre los demás miembros de la organización.

Segunda Instancia:

Entendida como los actores externos que se encargan de recibir y multiplicar la información que se estima pertinente que la ciudadanía conozca con claridad, de manera oportuna y veraz.

Control fiscal Participativo con Resultados”





- **Medios de comunicación:** Son los generadores de opinión y multiplicadores de la información emitida por la entidad a través de Comunicaciones y aliados permanentes en el ejercicio informativo.
- **Comunidad:** Son los receptores y quienes ejercen una participación activa en procesos como el de rendición de cuentas y otros ejercicios pedagógicos y de control social.
- **Organismos homólogos:** Aliados permanentes en los procesos del control fiscal, tales como Veedores.
- **Ciudadanía:** Son los aliados institucionales en el proceso del control fiscal mediante los mecanismos de la participación ciudadana.

Vale la pena indicar que el campo de acción del presente Plan tiene como público objetivo a los sujetos de control, Medios de Comunicación, Gobierno Departamental, Asamblea Departamental, Comunidades Organizadas (Veedores, Miembros de Juntas de Acción Comunal) Organismos No Gubernamentales-ONG- Entidades Gubernamentales afines, Auditoría General de la República, Comisión Regional de Moralización, Comunidad del Archipiélago,

PRINCIPIOS COMUNICACIONALES

Para la formulación del presente plan de comunicaciones es pertinente determinar los algunos principios básicos de la comunicación, además de unos protocolos y directrices a seguir para enfrentar momentos de crisis que permitan determinar el Que, Quien, Como, Cuando, Donde y Porque de una información, además de salvaguardar la imagen de la institución.

Entre dichos conceptos destacamos a continuación los siguientes:

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.

Control fiscal Participativo con Resultados”





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.

PROTOCOLO Y MANEJO DE LAS COMUNICACIONES ANTE CRISIS

- **Determinar cuándo y cómo salir a explicar las decisiones tomadas:** Es pertinente tener una visión clara de la información y medir las consecuencias que puede tener la emisión de una información.
- **Comunicar en el momento oportuno:** Es necesario identificar el momento de mayor conveniencia para informar de una gestión o acción de la institución, evitando así que se generen inquietudes e información errónea
- Explicar de manera asertiva las decisiones tomadas
- **Seleccionar bien a los portavoces:** Es necesario que quien sea delegado tenga experiencia y que se comunique con facilidad.
- **Socialización de la información:** Asegurarse de que los colaboradores estén informados de los mensajes y decisiones tomadas con el fin de que conozcan que gestiones adelanta la entidad y de que no desinformen.

Control fiscal Participativo con Resultados”





DIAGNOSTICO

Para la formulación del presente Plan Institucional de Comunicaciones se tuvieron en cuenta varios aspectos y elementos, entre los cuales se resalta el Plan Institucional de Comunicaciones 2017-2019, las necesidades, objetivos y alcances del del Plan Estratégico 2020-2021 y el proyecto de reestructuración de la entidad, este último entendiendo que el proceso de comunicaciones no se evidencia dentro de dicha propuesta, lo cual implica mayores esfuerzos institucionales para lograr la socialización, divulgación y comunicación de la información relevante que requieren conocer las partes interesadas.

Basados en estos tres documentos, se realiza un análisis DOFA a través del cual se podrán establecer las principales acciones estratégicas del Plan de Comunicaciones, actividades a implementar y desarrollar.

Análisis DOFA

Fortalezas:

- ✓ Actualmente la entidad cuenta un Plan estratégico definido y el nivel directivo es consciente de que las comunicaciones son importantes para el cumplimiento de las metas institucionales.
- ✓ Durante los últimos seis años la entidad les ha apostado a los procesos comunicacionales y ha logrado avanzar en la construcción de estrategias comunicativas, lo anterior a pesar de no contar con personal vinculado directamente a la entidad.

Oportunidades:

- ✓ La Contraloría General del Departamento Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina es una entidad con credibilidad.
- ✓ La entidad por su rol relacionado a la participación ciudadana puede establecer relaciones, convenios y programas con otras entidades del Estado.

Control fiscal Participativo con Resultados”





- ✓ La comunidad representa una oportunidad toda vez que hoy participa activamente a través de diferentes mecanismo y canales de comunicación de manera directa e indirecta.
- ✓ Los mecanismos de participación ciudadana establecidos permiten la interacción con la comunidad, visibilizando la entidad, sus logros y resultados.
- ✓ Los canales de comunicación, entre estos, las redes sociales y su portal web, los cuales facilitan la difusión de la información, estimulando el reconocimiento de la entidad y la participación activa de la ciudadanía.
- ✓ El establecimiento de una estrategia que involucre a los medios de comunicación.

Debilidades

- ✓ La inexistencia de oficina de comunicaciones que permita dar continuidad a los procesos
- ✓ La conectividad para el acceso a los canales de comunicación por factores externos a la entidad
- ✓ Desarticulación de las acciones comunicacionales
- ✓ Falta de interés de algunos funcionarios frente a los procesos de comunicación

Amenazas

- ✓ Mal manejo de la información
- ✓ La falta de relacionamiento con los medios de comunicación local.

Control fiscal Participativo con Resultados”



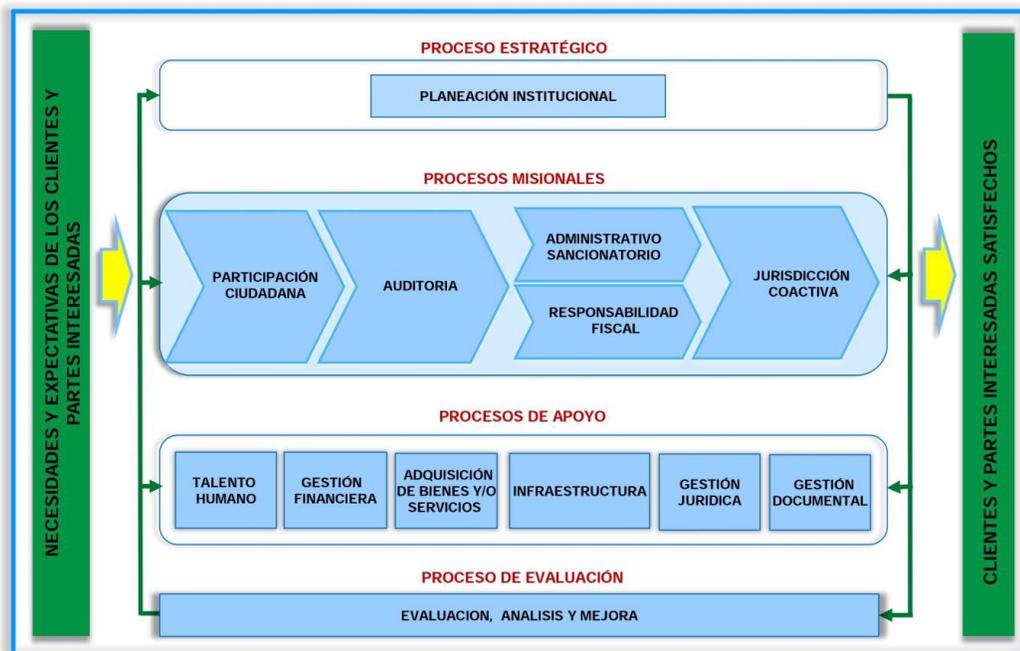


ANALISIS DE LOS PROCESOS INSTITUCIONALES

Para la formulación del presente Plan de Comunicaciones también se ha tenido como referente cada uno de los procesos institucionales, entre estos la **Planeación Estratégica**, entendido como un proceso transversal que permite a la institución el desarrollo de los **Procesos Misionales**, tales como la Participación ciudadana, las Auditorías, las acciones Administrativo sancionatorias, las de Responsabilidad fiscal y de Jurisdicción Coactiva.

Además, también es necesario tener presente los **Procesos de apoyo**, tales como el Talento humano, la Gestión Financiera, la Adquisición de bienes y servicios, así como la Infraestructura, la Gestión documental y la Gestión jurídica, ya que juegan un papel preponderante para facilitar el accionar de la entidad, sin olvidar los **Proceso de Evaluación** análisis y mejora continua, los cuales permiten incluso una comunicación mas fluida en todos los niveles.

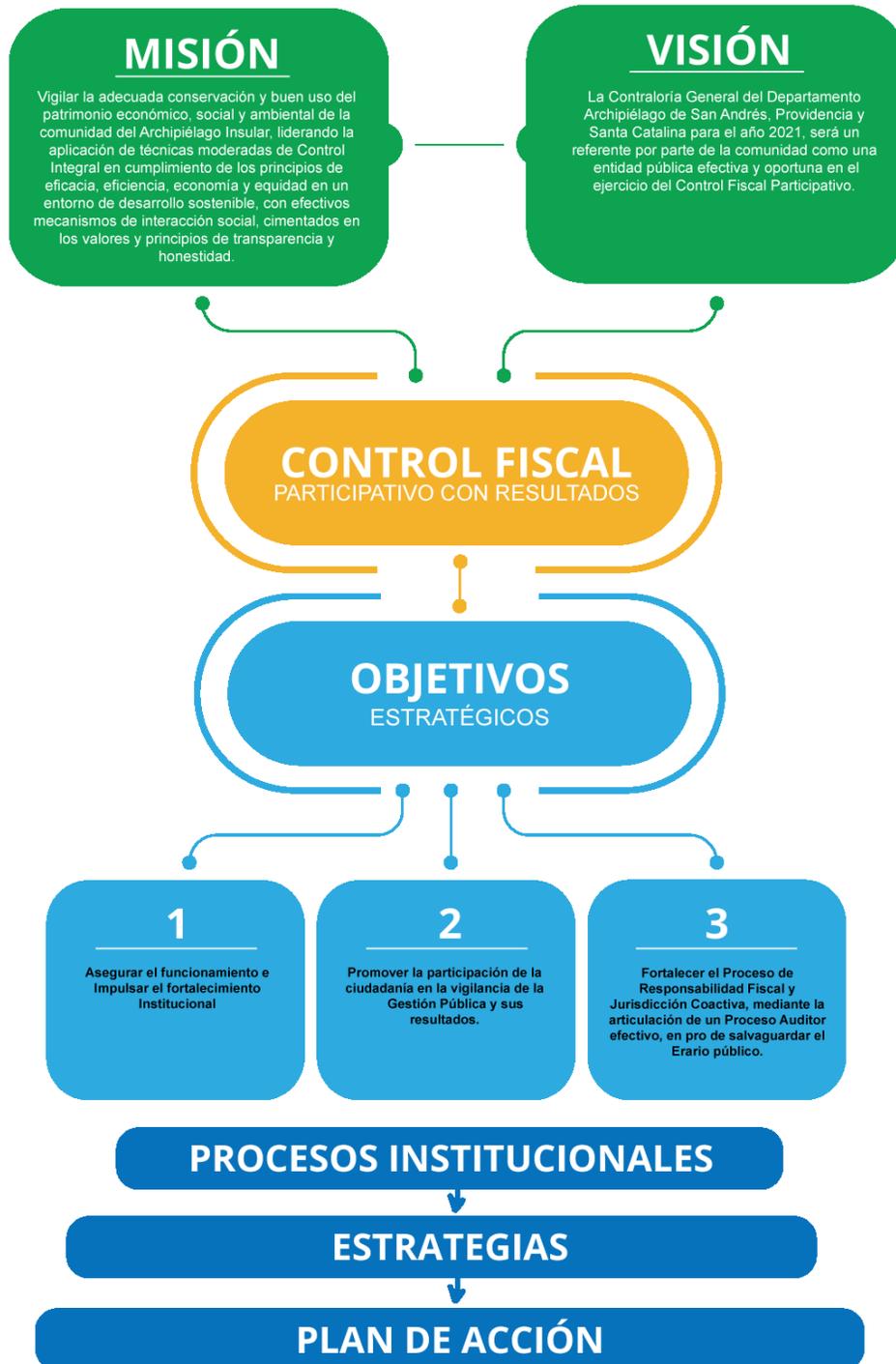
En este Plan Institucional de Comunicaciones también se tienen presentes los procesos estratégicos y los objetivos que se ha trazado la presente administración para lograr un **“Control Fiscal Participativo con Resultados”** en el que se fundamenten acciones coordinadas desde los procesos y áreas institucionales para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes y partes interesadas



Control fiscal Participativo con Resultados”



**CONTRALORIA GENERAL DEL DEPARTAMENTO
ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA**



Además, para la formulación de este plan de comunicaciones, se hace necesario entender que, para las dos vigencias futuras, el plan se fundamenta en tres objetivos que están encaminados en asegurar el funcionamiento e impulsar el fortalecimiento *Control fiscal Participativo con Resultados*”





institucional, promoviendo además la participación de la ciudadanía y garantizando así un control fiscal a través de cada uno de los procesos institucionales, los cuales son además esenciales para el desarrollo de las acciones comunicativas.

Tras realizar el análisis y tomar como referente el mapa estratégico de procesos, cabe indicar que la Entidad durante los últimos años se ha propuesto ser más efectiva en el cumplimiento de las actividades misionales, lo que ha permitido contar con un profesional que se encargue de manejar el área de las comunicaciones y evidenciar las necesidades comunicativas; no obstante, es importante tener en cuenta otros factores de debilidad o amenaza que pueden representar una oportunidad, entre estos:

- ✓ La limitada comunicación organizacional por fallas de funcionamiento en los medios tecnológicos con que disponen los funcionarios y en ocasiones su conocimiento del funcionamiento y operatividad de los mismos.
- ✓ Una débil estructura organizacional en la planta de cargos de la entidad, en la cual se identifica que no hay profesionales en el área de las comunicaciones.
- ✓ Limitaciones presupuestales para mantener las estrategias comunicacionales de la Entidad, tales como profesionales con perfiles afines al área.
- ✓ 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.

Es así que, mediante este ejercicio se evidencia que hay una necesidad de avanzar en los procesos de comunicación, para lo cual, la contratación de un profesional en el área de las comunicaciones y el periodismo es fundamental, quien será el encargado de hacer cumplir las funciones comunicativas que queden identificadas en el presente Plan Institucional de Comunicaciones Interna y Externa.

En el presente diagnostico también es importante analizar los canales de comunicación de la entidad entre estos, su portal web, carteleras y redes sociales. A continuación, se presentan algunas observaciones, sugerencias y estrategias a desarrollar con la implementación del plan.

www.contraloriasai.gov.co

Control fiscal Participativo con Resultados”





Este es el portal oficial de la entidad a través del cual se desarrollan numerosos procesos que por Ley se deben ejecutar, implementar y publicar. Este canal permite además a los usuarios y partes interesadas obtener información de la Entidad, ya sea relacionada a procesos contractuales, a la función misional de la entidad y/o noticiosas.

Para lograr una mayor interacción de público es necesario pensar en el rediseño y reestructuración en términos de imagen y contenido, mejorando también la plataforma con el fin de que sea más fresca y esté a la vanguardia de los principales portales institucionales en el país y en el departamento, acordes además a la Ley de acceso a la información.

Redes Sociales

Cabe destacar que, en la última década, los cambios tecnológicos han permitido la interacción entre la ciudadanía y las Entidades a través de las redes sociales, es por ello que cada vez se hace vital que las Entidades cuenten con este mecanismo de información como un canal de retroalimentación directa entre la Entidad y los habitantes de las islas.

Son tres las redes sociales que actualmente utiliza la Entidad, entre las que se encuentran Facebook, Twitter y YouTube, este ultimo a través del cual no se publican videos ya que no existe la contratación de un productor o realizador de televisión.

Facebook

Este medio de comunicación actualmente es el más efectivo e inmediato de la entidad, funciona a través de un usuario y un Fan Page que permite llegar de manera directa al público con una interacción, no obstante, a pesar de los esfuerzos que se han hecho en los últimos años, se requiere publicar contenidos de mayor impacto relacionados a la gestión y resultados de la entidad, logrando con ello aumentar el número de seguidores que hoy esta por el orden de los 3.200 usuarios.

Twitter

Es la red social en la cual se publican informaciones cortas, titulares de prensa y link de noticias, es la red que mantiene informados de primera mano a los medios de comunicación que siguen a la institución, así como otras Entidades públicas y funcionarios; el twitter permite un mayor alcance de la noticia, ya que esta red mantiene un segmento especializado.

Control fiscal Participativo con Resultados”





YouTube

Es un canal que permite que los hechos e informaciones que contengan contenidos audiovisuales puedan ser emitidos a un segmento de la población que sigue este tipo de redes, por medio del cual se pueden publicar contenidos que posteriormente son utilizados por los medios de comunicación y por la misma comunidad con el fin ampliar nuestra información.

Según el diagnóstico, se logró establecer que es baja la interacción de la comunidad con estos medios, por lo tanto, debe ser prioritario lograr conseguir una mayor actividad teniendo como presente que con las redes sociales se busca una mayor inmediatez en la comunicación con el público externo.

Medios de Comunicación:

Si bien es cierto, cada vez son más los medios de comunicación que se abren paso en el departamento archipiélago, es necesario establecer cuáles son aquellos, incluidos los medios alternativos, que pueden representar un valor agregado a las estrategias y actividades que realiza la entidad en cumplimiento a su plan estratégico **“Control Fiscal Participativo con Resultados”**.

A continuación, se presentan aquellos medios de comunicación, incluidos los alternativos, con que se sugiere sostener relaciones vinculantes para la promoción, socialización y divulgación de información de la entidad dirigida a las partes interesadas en los procesos de responsabilidad fiscal y participación ciudadana. En dicha relación se sugieren horarios y programas a los cuales debe apuntarle la entidad para lograr la difusión de la información.

Control fiscal Participativo con Resultados”





ESTRATEGIA DEL PLAN DE MEDIOS EN EL PLAN INSTITUCIONAL DE COMUNICACIONES

Esta estrategia que se ejecutaría con la aprobación de un presupuesto por el orden de los \$ 50.000.000 de pesos, incluida la administración del mismo, posibilitará la interacción directa con los medios de comunicación más importantes y de mayor audiencia en las islas, logrando de manera oportuna informar y socializar a la comunidad isleña sobre las acciones, gestiones y diferentes actividades que desarrolla la Contraloría General del Departamento.

Además, esta estrategia en el plan contiene una serie acciones que permitirán sostener las buenas relaciones con los medios de comunicación, logrando la participación permanente del Contralor en los espacios mediáticos (Redes Sociales, Televisión, prensa y Radio), así como en programas de opinión que posibilitan la ampliación y/o aclaración de información relacionada a la entidad, para lo cual se proponen las siguientes actividades:

- ✓ Establecer un plan de acción en el cual se definen, además de los medios a involucrar, los programas, horarios y productos que se producirán.
- ✓ Remitir a los medios involucrados mensajes claves, comunicados e información relacionada a la gestión y acción de la entidad con el fin de que estos los multipliquen.
- ✓ Suministrar información de la entidad a los medios de comunicación involucrados para su difusión y promoción oportuna

Control fiscal Participativo con Resultados”





**CONTRALORIA GENERAL DEL DEPARTAMENTO
ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA**

PROPUESTAS PLAN DE MEDIOS CONTRALORÍA GENERAL DEL DEPARTAMENTO			
MEDIO DE COMUNICACIÓN	NOMBRE DEL MEDIO	PROGRAMA/SECCION	OBJETIVO / OBSERVACIONES
MEDIOS DIGITALES WEB			
PRENSA ESCRITA WEB Y OTROS	EL ISLEÑO.COM	www.elisleño.com	Publicación de los comunicados a través del portal y las redes sociales del medio de comunicación
	FRONTERA AZUL (Gabriel Salcedo)	Facebook - Frontera Azul - Los Colores de la Tarde	Publicación de los comunicados flyers y otras piezas a través del portal y las redes sociales del medio de comunicación
	The Archipelago Press (Cesar Pizarro)	Facebook y Tweter	Publicación de los comunicados flyers y otras piezas a través del portal y las redes sociales del medio de comunicación
MEDIOS RADIALES			
RADIO	GOOD NEWS	MORNING NEWS (Yury Taylor)	Entrevistas al aire y pregrabadas y emisión de cuñas o mensajes relacionados a actividades de la entidad, reportajes y lectura de boletines. HORA 6:30 - 8:00 Am
		ANUAR SALCEDO	Entrevistas al aire y pregrabadas y emisión de cuñas o mensajes relacionados a actividades de la entidad, reportajes y lectura de boletines 12:30 - 2:00 Pm
	RADIO RCN	FELIX HEREDIA JIMENEZ (PROGRAMA DE OPINION SIN FRONTERAS RCN RADIO)	Entrevistas al aire y pregrabadas y emisión de mensajes relacionados a actividades de la entidad, reportajes y lectura de boletines - HORAS: 10:00 AM - 11:00 AM
	EMISORA CRISTIANA	Noticias la Minuto (Elkis Bevans Alarcón) EMISORA CRISTIANA STEREO	Entrevistas al aire y pregrabadas y emisión de mensajes relacionados a actividades de la entidad, reportajes y lectura de boletines - HORAS: 7:00 AM - 8:00 AM
MEDIOS Y PRODUCCIONES TELEVISIVA			
TELEVISION	TELEISLAS	NOTICIEROS TELEISLAS NEWS	Producir y pautar una propaganda para ser emitida a través de la emisión de las 8:00 pm del Noticiero Teleislas News.

La Contraloría General del Departamento Archipiélago, como una institución de control fiscal, de manera oportuna debe estar interactuando directamente con la comunidad, por ello se hace indispensable que el presente Plan Institucional de Comunicaciones incluya

Control fiscal Participativo con Resultados”

Avenida Francisco Newball, Edificio OCCRE piso 3 - San Andrés Isla
Tel.: 51 25190 - 51 20189 - Fax: 51 22465
Correo Electrónico: cgdsai@telecom.com.co – contraloriasai.gov.co
Página Web: www.contraloriasai.gov.co





un Plan de Medios a través del cual se puedan establecer dichas relaciones que permitan al final, socializar toda la información, logros y metas alcanzadas del ente de control fiscal.

Para dar cumplimiento a la gestión de una comunicación Pública y las metas de este Plan, se propone en consecuencia, aparte del Plan de Medios sugerido, el desarrollo de las siguientes actividades en diferentes medios y/o Canales.

Comunicación Interna

- **Carteleras**

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

- **Campañas de comunicación interna**

De acuerdo con las necesidades de cada una de las dependencias, desde la asesoría de Prensa y Comunicaciones, que se encuentra bajo el proceso de Planeación 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**

Apoyar desde la asesoría de Prensa y Comunicaciones en 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**

Hacer uso de este recurso tecnológico como canal de comunicación a través del cual se reciben y envían mensajes de manera inmediata con un gran impacto y efectividad.

- **Boletín interno**

Se presentará una propuesta para la redefinición un boletín interno, con el objetivo de continuar con la política de cero papeles, motivo por el seguirá siendo virtual, en un formato dinámico y de fácil lectura, con una periodicidad trimestral.

- **Comunicación Externa**

La comunicación y divulgación externa es una de las actividades fundamentales de la asesoría de Prensa y Comunicaciones y tiene como fin generar un impacto

Control fiscal Participativo con Resultados”





positivo en la ciudadanía y los diversos grupos de interés, manteniendo informado al público en general con respecto a las acciones de la Contraloría Departamental del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.

El proceso de comunicación externa debe incluir a los medios de comunicación masiva, socializando 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.

- **Sitio web**

Esta herramienta le permite a la Entidad fortalecer y salvaguardar la información que genera, evidenciando las a través de noticias, videos y piezas gráficas que requiere la institución socializar y proyectar su gestión, 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.

- **Redes Sociales:** Sin duda son los medios que permiten una mayor inmediatez con los clientes tanto interno como externos, son quienes 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, YouTube, etc. Donde se identifica a la organización como @contraloriasai,
- **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. Los comunicados son enviados a los medios de comunicación por el correo institucional.
- **Rueda de Prensa:** Esta actividad constituida como una estrategia para socializar la información a través de una invitación a los medios de comunicación busca impactara de manera contundente con información concreta a la ciudadanía respecto de la gestión de control fiscal ejercida por la entidad o por la ocurrencia de un hecho inesperado que amerite la convocatoria.

Control fiscal Participativo con Resultados”





- **Informes a la comunidad:** En coordinación con el área misional y otros procesos transversales, tales como participación Ciudadana, responsabilidad fiscal, prensa y comunicaciones se encarga de la corrección de estilo, el diseño y publicación, presentaciones para rendir cuentas y/o socializar otras actividades de la entidad tales como capacitaciones, talleres, entre otros.

PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA **2020-2021**

El presente Plan Estratégico de Comunicaciones busca establecer los principios de publicidad y transparencia al interior de la entidad, dando a conocer a la comunidad los resultados del ejercicio del control fiscal y la gestión administrativa, en este sentido, la comunicación estratégica se entiende como un proceso participativo que permite trazar una línea de propósitos que determina el cómo se pretende lograr los objetivos.

Para este caso, el plan se centra en tres niveles de planeación:

1. **Planeación estratégica:** Es la más amplia y abarca la Entidad como un todo
2. **Planeación táctica:** Abarca a cada dependencia de la Entidad a través de los planes de acción.
3. **Planeación operativa:** Es la que abarca tareas o actividades de forma aislada a través del plan de acción de comunicaciones.

De esta manera, se propone un plan basado en tres líneas estratégicas así:

Línea Estratégica de Comunicación Corporativa y Organizacional

Con la cual, a través de la comunicación se busca garantizar la organización y coherencia de las entidades desde el punto de vista de la adecuada articulación de acciones y esfuerzos para lograr el propósito misional. Este es un campo fundamental, pues de su acertado manejo dependen las señales que la Entidad envía hacia la sociedad, señales que, inevitablemente, revierten sobre su imagen y condicionan sus márgenes de credibilidad.

Control fiscal Participativo con Resultados”





Línea Estratégica de Comunicación Informativa y de Divulgación

Propone la actuación de la comunicación pública como una garantía para que las entidades se expresen frente a la sociedad y le comuniquen sus retos y logros a partir de la veracidad, la transparencia y la oportunidad de la información emitida hacia la sociedad y donde operan el manejo de medios y las oficinas de prensa.

Línea Estratégica de Comunicación Transversal a la Gestión y la Movilización Social

Campo derivado de la comunicación informativa, específico de las Entidades del Estado y que solamente es posible desde una práctica de la comunicación organizacional fundada en la aplicación del precepto constitucional de la publicidad. El principio de esta forma de Rendición de Cuentas parte de entender que toda práctica administrativa se define dentro de parámetros de encomienda y dirección con un amplio rango de gobierno. Y esa encomienda y dirección, en el caso del sector público, derivan del voto programático, en la medida en que el ciudadano es finalmente el mandante que aprueba una propuesta de gobierno o que ha aprobado un gobierno en cuyo marco se constituye la institucionalidad pública en su totalidad.

OBJETIVOS DEL PLAN

Objetivo General:

Informar de manera permanente y estratégica a los clientes internos y externos de la entidad a través de los diferentes canales de comunicación disponibles y a través de los medios de comunicación del departamento.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Elaborar y ejecutar un Plan de Acción Anual de Comunicaciones basado en las estrategias del Plan de General Comunicaciones de la Entidad.
- Redactar comunicados de prensa para divulgar información veraz y atractiva para los medios de comunicación y las partes interesadas a partir de las actividades y programas que desarrolla la entidad
- Diseñar, implementar y ejecutar estrategias de comunicación que logren vincular e informar oportuna y verazmente a la comunidad sobre las actividades de la entidad.

Control fiscal Participativo con Resultados”





- Producir de contenidos para la actualización y publicación en la página web de la institución.
- Realizar cubrimiento periodístico de los eventos de la Contraloría Departamental del Archipiélago de San Andrés, Providencia y Santa Catalina.
- Generar (redactar) contenidos apropiados para las Redes Sociales en los que se divulgue la gestión, actividades y demás acciones de la Contraloría.
- Actualizar un archivo filmico que permita a la entidad evidenciar sus procesos y actividades en video y fotografía
- Asesorar y apoyar a la institución en las rendiciones de cuentas y audiencias públicas que desarrollen convocando a la comunidad y medios de comunicación.
- Administrar un Plan de Medios de Comunicación que incluya a los principales medios de las islas.

ESTRATEGIAS Y METAS

Las estrategias definen la intención con que deben encaminarse las acciones que se realizarán para mantener y soportar el logro de los objetivos y hacer realidad los resultados esperados y, por consiguiente, permiten concretar y ejecutar las acciones comunicativas.

A continuación, se referencia el Plan Estratégico definido con todos los componentes:

Control fiscal Participativo con Resultados”





**CONTRALORIA GENERAL DEL DEPARTAMENTO
ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA**

ALCANCE	DOCUEMNTO QUE DESDE EL DIRECCIONAMIENTO INSTITUCIONAL ESTABLECE DIRECTRICES DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL E INFORMATIVA
RESPONSABLE	PROFESIONAL DE ASESORIA, PRODUCCIÓN, IMPLEMENTACIÓN Y MANEJO DE LAS COMUNICACIONES DE LA ENTIDAD

LINEA ESTRATEGICA	OBJETIVOS ESTRATEGICOS	ESTRATEGIAS	DESCRIPCIÓN DE LA META	INDICADOR DE DESEMPEÑO	METAS PROGRAMADAS		
					2020	2021	TOTAL
COMUNICACIÓN CORPORATIVA Y ORGANIZACIONAL	1. Introducir directrices de planificación estratégica en las acciones de comunicación	1.1. Definir el Plan institucional de Comunicaciones de la Entidad.	1.1.1. Elaborar el Plan de Comunicaciones	100% Plan Institucional de Comunicaciones Implementado	1		1
		1.3. Formular el Plan De Acción de Comunicaciones	1.3.1. Diseñar y ejecutar dos (2) planes de acción de comunicaciones	100% Plan de Comunicaciones formulado y ejecutado	1	1	2
	2. Fortalecer el proceso de comunicaciones como un ejercicio estratégico para el cumplimiento de los objetivos de la Entidad y el posicionamiento	2.1. Posesionar la identidad e imagen corporativa de la entidad	2.1.1. Desarrollar dos (2) estrategias para mejorar la identidad e imagen corporativa	Numero de estrategias desarrolladas	1	1	2
INFORMACIÓN Y DIVULGACIÓN	3. Fortalecer el proceso de comunicaciones como un ejercicio estratégico para el cumplimiento de los objetivos de la Entidad y el posicionamiento institucional.	3.1. Diseñar estrategias de comunicación para la difusión de la información proveniente de los servidores públicos de la Contraloría hacia el público externo.	3.1.1. Generar 6 medidas para el proceso de Rendición de Cuentas que permita difundir la gestión de la Entidad y lograr mayor visibilidad	Numero de medidas generadas	3	3	6
		3.2. Implementar mecanismos de comunicación tradicionales efectivos internos y externos	3.2.1. Redactar (boletines) información que genere la Entidad para ser difundidas a través de canales tradicionales de la Entidad	Numero de boletines redactados y difundidos	22	22	44

Control fiscal Participativo con Resultados

Avenida Francisco Newball, Edificio OCCRE piso 3 - San Andrés Isla
Tel.: 51 25190 - 51 20189 - Fax: 51 22465
Correo Electrónico: cgdsai@telecom.com.co – contraloriasai.gov.co
Página Web: www.contraloriasai.gov.co





**CONTRALORIA GENERAL DEL DEPARTAMENTO
ARCHIPIÉLAGO DE SAN ANDRÉS, PROVIDENCIA Y SANTA CATALINA**

	4. Impulsar la presencia de la Entidad en los medios de comunicación locales, mediante la difusión de noticias destacadas	4.1. Lograr el desarrollo de herramientas comunicacionales que posteriormente sean difundidas, haciendo hincapié en la difusión de información previa, y no solo posterior, a las mismas	4.1.1. Realizar gestión para consolidar herramientas que soporten el proceso comunicacional y la publicación de resultados de la Entidad a nivel misional u administrativo (Plan de Medios)	Numero de Publicaciones difundidas	30	30	60
	5. Promover la utilización de las nuevas herramientas tecnológicas comunicativas, tendientes a fortalecer la participación ciudadana construyendo relaciones asertivas con la comunidad digital a fin de posicionar a la Entidad	5.1. Mejorar la accesibilidad, navegabilidad y fiabilidad de contenidos través de medios electrónicos como: portal web, redes sociales, correos electrónicos, y demás canales digitales institucionales	5.1.1. Diseñar 3 estrategias de mejora de los canales comunicacionales existentes en la Entidad y la consolidación de un sistema de información	Numero de estrategias diseñadas e implementadas	1	2	3
3. COMUNICACIÓN TRANSVERSAL A LA GESTIÓN Y MOVILIZACIÓN SOCIAL Y ORGANIZACIONAL	6. Fomentar, institucionalizar y fortalecer los espacios de diálogo social, concertación y negociación entre los actores y otros agentes vinculados a la Entidad	6.1. Canalizar los procesos de la Entidad, brindando información oportuna, pertinente y de calidad, abriendo diferentes espacios de difusión	6.1.1. Fortalecer el proceso de rendición de cuentas parcial y total con estrategias innovadores de manera que se realice de forma satisfactoria	Numero de Audiencias e rendición de cuentas	2	2	2

Control fiscal Participativo con Resultados

Avenida Francisco Newball, Edificio OCCRE piso 3 - San Andrés Isla
Tel.: 51 25190 - 51 20189 - Fax: 51 22465
Correo Electrónico: cgdsai@telecom.com.co – contraloriasai.gov.co
Página Web: www.contraloriasai.gov.co





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 por trimestre en (4) informes de autoevaluación en cada vigencia, las evaluaciones serán remitidas a la Oficina Asesora de Planeación para consolidar el informe de gestión institucional del período correspondiente.

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 y cuando se trate de modificación al Plan estratégico 2020-2021.

Control fiscal Participativo con Resultados”

Avenida Francisco Newball, Edificio OCCRE piso 3 - San Andrés Isla
Tel.: 51 25190 - 51 20189 - Fax: 51 22465
Correo Electrónico: cgdsai@telecom.com.co – contraloriasai.gov.co
Página Web: www.contraloriasai.gov.co





REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

BARQUERO, José Daniel (2001): Comunicación y relaciones públicas: de los orígenes históricos al nuevo enfoque de planificación estratégica, Madrid, McGraw-Hill.

CASTELLBLANQUE, Mariano (2006): Perfiles profesionales de publicidad y ámbitos afines, Barcelona, UOC.

CASTELLS, Manuel (1997): La era de la información: economía, sociedad y cultura, La sociedad red, Madrid, Alianza.

CERVERA, Ángel Luis (2006): Comunicación total, Madrid, Esic.

COSTA, Joan (2009b): Dircom, estrategia de la complejidad, Valencia, Universidad de Valencia.

MATILLA, Kathy (2007): Aportaciones para un modelo global de planificación estratégica en relaciones públicas y comunicación integral. Análisis de un caso: el uso de los modelos de planificación estratégica en algunas agencias y consultoras de relaciones públicas y comunicación, Tesis de Doctorado, Universitat Ramon Llull.

CONGRESO NACIONAL. Ley 1712 de 2014.

JARAMILLO Juan C., Propuesta General de Comunicación Pública.

USAID-CASALS & ASSOCIATES, Comunicación Pública Estrategias – Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades del Estado (MCPOI). 2004

MINISTERIO DE TECNOLOGÍAS DE LA INFORMACIÓN Y LAS COMUNICACIONES DE COLOMBIA. Estrategia Gobierno en Línea. En: <http://estrategia.gobiernoenlinea.gov.co/623/w3-propertyvalue-7650.html27>

Control fiscal Participativo con Resultados”

