



(1) TIPO DE EVALUACIÓN	DE	AUDITORÍA INTEGRAL	AUDITORIA DE SEGUIMIENTO	AUDITORÍA ESPECIAL
		x		
(2) OBJETIVO		Verificar y evaluar la eficiencia, eficacia, efectividad y mejora continua del Sistema Integrado de Gestión y de sus controles, con el fin de asegurar que los procesos estén orientados al logro de la misión y de los objetivos propuestos, de conformidad con las normas constitucionales y legales vigentes y demás requisitos que apliquen a la entidad		
(3) ALCANCE		La verificación, evaluación y seguimiento al sistema de Control Interno, desde el análisis, asesoría y acompañamiento, hasta la presentación de informes sobre el desempeño del sistema, tendientes a que se decida y adopten oportunamente las acciones para el mejoramiento del Sistema.		
(4) PROCESO AUDITAR		Comunicaciones (2)		
(5) AUDITOR (ES)		Ruth María Soto Chávez Martha Cecilia Gallo Medina		
(6) PERÍODO AUDITADO		Tercer trimestre de 2016		
(7) FECHA DE EJECUCIÓN DE LA AUDITORIA	DE LA	15 y 16 de Noviembre de 2016		
(8) CRITERIOS DE AUDITORÍA	DE	1. Normatividad		
		2. NTCGP.1000:2009		
		3. MECI 2014		

CALIDAD

(8) CRITERIOS DE AUDITORÍA	(9) NUNERAL DE LA NORMA	(10) HALLAZGO	(11) CUMPLIMIENTO DEL NUMERAL (C-NC-OBS) (Abierta-Cerrada)
1	Normatividad	Reposa en la intranet el Normograma con el listado Maestro de documentos externos, identificado con el código 01-RE-05, el cual registra el proceso (2) Comunicaciones. Sin embargo será conveniente realizar una revisión a fin de establecer su actualización.	(OM)
2	4.1. Requisitos Generales	Se verificó la información del proceso contenida en el SIG y se evidenció que cuenta con el Manual de Política de Comunicaciones y el Manual de Identidad Visual Cód. 02 MN.01, Versión 4 Vigente desde el 21-09-2016.	C
	4.2 Gestión Documental	Se evidencia acta de reunión realizada el 25-10-2016 con la Subdirección de Gestión Documental en la cual ésta, hace recomendaciones para el tratamiento de la documentación del archivo de acuerdo a con las TRD.	C



	<p>5.5.3. Comunicación Interna y Externa</p>	<p>Al verificar los documentos escritos como cartas, oficios, correos electrónicos internos, circulares, memorandos, etc. Se evidencia la aplicación de lo establecido en el Manual de Identidad Visual.</p> <p>La Oficina de Divulgación y Prensa tiene como función la de comunicar interna y externamente los temas relacionados con la entidad, para ello recurre entre algunos mecanismos a los siguientes:</p> <p>Carteleras físicas y digitales, boletines, mensajes televisivos, piezas publicitarias entre otros.</p> <p>De enero a noviembre 15 se evidencia que se han realizado 50 carteleras.</p> <p>Al solicitar el número de Boletines realizados por la Oficina de Divulgación y Prensa se evidencia que a 11 de noviembre de la presente vigencia se han impreso 101 boletines, de los cuales se enviaron a medios de comunicación 72 y 29 están en espera de la orden por parte la señora Personera para publicarse.</p> <p>En lo relacionado con los Informes especiales manifiesta el funcionario que atendió la auditoría que a la fecha no se han producido informes especiales por cuanto el Despacho no ha ordenado la elaboración de un documento con esas calidades.</p> <p>A noviembre 15 han realizado 11 convocatorias para efectuar los siguientes eventos que han tenido trascendencia Institucional como son:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.- Foro de la Estupidez 2.- Posesión de Personeros Estudiantiles 2016 3.- Comité de Estratificación 4.- La Red de Personeros Estudiantiles 5.- Congreso de personeros Estudiantiles 6.- Día Internacional de los Derechos Humanos 7.- Cuatro (4) Conversatorios Llamados: En Bogotá hablamos de Paz. 11.- Convocatoria para la Conciliación Nacional. <p>De la misma manera se evidencia que</p>	<p>C</p>
--	----------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------



		<p>al corte 11 de noviembre de la presente vigencia se han realizado 507 piezas publicitarias, entre ellas: Revistas, plegables, folletos, afiches, volantes, material POP (material en un punto de venta) botones, esferos, rompetráficos, carpetas, pines, etc.).</p> <p>En cuanto a la permanencia de la noticia en la página web, su publicación aparece hasta que se publique la siguiente.</p> <p>Se han realizado a la fecha 64 eventos de Control Social, de los cuales la Personería hizo presencia y realizó intervención oportuna en defensa de los Derechos de los vinculados y a su vez fueron divulgados en la Intranet y en la página Web.</p>	
	<p>6.4. Ambiente de Trabajo</p>	<p>Se evidencia que en la Oficina de Divulgación y Prensa, existe buen ambiente de trabajo con adecuados puestos de trabajo, dotados con equipos de cómputo actualizados, ventilación y luz natural, que garantizan condiciones físicas, ambientales, ergonómicas, óptimas para el buen el desempeño de sus labores.</p>	<p>C</p>
<p>2</p>	<p>8.2. Seguimiento y Medición 8.2.3. Seguimiento y medición de procesos</p>	<p>Se allega carpeta con las planillas de atención al cliente interno con los siguientes ítems: Nombre, dependencia, correo, fecha, temas, observaciones, modalidad del servicio, evaluación del mismo, y firma, datos que son diligenciados por los funcionario que recibieron la atención.</p> <p>Igualmente, se evidenció el diseño del consolidado servicios de asesorías cliente interno- análisis de datos para la satisfacción al cliente, notándose el cumplimiento de la norma de Calidad.</p> <p>De otra parte, se cuenta con los indicadores de:</p> <p>1- la caracterización así:</p> <p><i>No. de interacciones registradas durante el semestre</i></p> <hr/> <p><i>No. de interacciones registradas durante el período inmediatamente anterior.</i></p> <p>A noviembre 15 de la presente vigencia, se evidencia 46.466</p>	<p>C</p>



interacciones que representan 435.262 impactos, así mismo se evidencian 320 likes. Notándose en la hoja del indicador, el aumento del 10%.

Free press:

Valor ahorrado en pesos durante el semestre en medios (prensa, radio, TV e Intranet).

De enero a octubre de 2016 se registraron 2.243 noticias con mención de la Personería y el Personero, las cuales representaron un valor de \$ 12.184.000.00, con 1. 870 millones de impacto.

No. de comunicados de prensa publicados efectivamente durante el semestre en medios de comunicación externos (prensa, radio, TV, e Intranet)

No. de publicaciones cuya elaboración y despacho a los medios externos, fue solicitadas

Se enviaron a los medios 72 comunicados de prensa sobre un total de 101 que se solicitaron.

2. POA :

No. de Impactos de teleaudiencia

2 millones (No. de impactos proyectados en Bogotá).

El proceso de comunicaciones produjo tres mensajes institucionales de un total de dos programados

Así:

- Víctimas del conflicto armado
- Segundo foro de la Estupidez
- Maltrato Animal.

El comercial de víctimas del conflicto tuvo un total de 2.233.738 impactos, datos que arrojaron Mediciones y Medios, Empresa contratada por la Personería para realizar ésta actividad.

No. de Seguidores en redes sociales en el período evaluado.

No. de seguidores en redes sociales en el periodo anterior



3. Mapa de Riesgos:

*No. de comunicados de prensa
inoportunos o incompletos*

No. total de comunicados divulgados

Para el tercer trimestre se evidencia un total de 28 comunicados enviados a los medios de Comunicación para su difusión de un total de 36 solicitados por la alta dirección.

Las razones por las que quedan algunos que no se publican son por decisión de la Personera.

No. de informaciones inoportunas

No. total de informaciones solicitadas

A fecha no se ha presentado ningún tipo de información inoportuna.

8.5 Mejora

En acta de reunión del 14 junio de 2016, se evidenció que el proceso ha realizado acciones de mejora.

- Estableció un cronograma de actividades para los domingos y festivos con los respectivos nombre de los funcionarios que les corresponderá atender las solicitudes realizadas de los distintos procesos de la entidad.

C

MECI – GESTIÓN

**(8)
CRITERIO
S DE
AUDITORÍA**

**(12)
VERIFICACIÓN**

(10) HALLAZGO

**(11)
CUMPLIMIE
NTO
(C –OBS)
(Abierta-
Cerrada)**

Administración del Riesgo

Con la implementación de los controles a los dos riesgos identificados en el Proceso de Comunicación, se evidencia que la probabilidad para el primer riesgo disminuyó en dos puntos y el impacto se mantuvo, pasando de zona de riesgo extrema a zona de riesgo alta. De igual forma para el segundo riesgo la probabilidad también disminuyó en dos puntos y el impacto se mantuvo, lo que permite concluir que los

C



		<p>controles y acciones previstos han sido efectivos para el manejo de los mismos.</p> <p>Por otra parte, para evitar que otros riesgos se materialicen o se disminuya la probabilidad e impacto, han implementado acciones como la realización de reunión semestral con todo el equipo de trabajo, de las cual obra evidencia de la efectuada en el primer semestre. La próxima reunión la programaron para el 1 de diciembre de 2016.</p>	
	<p>Auditoria Interna y Planes de Mejoramiento</p>	<p>El proceso fue objeto de auditoría el pasado 15 de diciembre de 2015. No quedó plan de mejoramiento.</p>	<p>C</p>
<p>POA</p>		<p>Con el fin de llevar a cabo el Plan Operativo anual, el Proceso de comunicaciones programó las siguientes actividades :</p> <p>1. Producir dos (2) mensajes institucionales de televisión</p> <p>De acuerdo al soporte, los siguientes mensajes se transmitieron en un tiempo de 30 segundos así:</p> <ul style="list-style-type: none"> - "Segundo dialogo "La Estupidez una Reflexión Urgente". Efectuado el pasado mes enero -"Maltrato Animal" trasmitido en mayo 18 de 2016 -"Víctimas del Conflicto Armado", en septiembre 20 de la presente vigencia. <p>2.- Generar Alianzas estratégicas con la Autoridad Nacional de Televisión</p> <p>Estrategia que busca que la ANTV divulgue a su nombre, tres mensajes de TV producido por la Personería de Bogotá.</p> <p>Se evidencia oficio de 9 de febrero de 2016 con el cual la Personería remite a la ANTV el material para ser divulgado en los canales regionales, privados, públicos, nacionales y locales.</p> <p>El 18 de Mayo la Personería de Bogotá solicitó a la ANT publicar mensaje del Maltrato Animal. Con oficio del 25 de Mayo de 2016, la</p>	<p>C</p>



		<p>(ANT) Autoridad Nacional de Televisión aprueba la solicitud.</p> <p>2. Incrementar en un 10% mensual el número de seguidores y fans de las redes sociales de la personería</p> <p>Facebook Personería de Bogotá 1°.- Trimestre 5461 2°.- Trimestre 8114 3°.- Trimestre 9930 4°.- Trimestre 10.128</p> <p>Facebook Programa CIMA 1°.- Trimestre 33216 2°.- Trimestre 6525 3°.- Trimestre 5811 4°.- Trimestre 4851</p> <p>Twitter Personería 1°.- Trimestre 1318 2°.- Trimestre 1253 3°.- Trimestre 2704 4°.- Trimestre 1556</p> <p>Divulgar el 100% de los mensajes y contenidos relacionados con la gestión de la Personería</p> <p>3. Diseñar y ejecutar un esquema de comunicación</p> <p>Se evidencia registro del diseño de la estrategia: Comercial de TV emitidos en los canales públicos Y privados en la franja prime time. Referencia Maltrato animal y Víctimas del Conflicto armado</p> <p>Hacer seguimiento a la estrategia de comunicación implementada.</p> <p>Allega registro en el cual se evidencia el seguimiento que la Empresa Mediciones y Medios realizó a la Estrategia.</p>	
	<p>PIGA.</p>	<p>Dentro del cumplimiento del Programa PIGA, la Oficina de Divulgación y Prensa practica la reutilización del papel en concordancia con la política de cero papeles, la entrega de informes en línea y el manejo de archivos en medios magnéticos.</p> <p>Se indagó sobre el conocimiento de las piezas comunicativas del programa PIGA las cuales fueron entendidas por parte de todos los</p>	<p>C</p>



		funcionarios de la Oficina.	
	Cultura de Autocontrol	<p>Se evidenció que los funcionarios conocen las piezas comunicativas relativas a la cultura del autocontrol y adoptan mecanismos de Autoevaluación del control y gestión, ofreciendo un servicio de calidad.</p> <p>Según lo manifestado por el funcionario que atendió la auditoría, la realización de reuniones es el mejor mecanismo para adelantar la evaluación del proceso ya que éste, permite conocer sus falencias y establecer las mejoras.</p>	C
	OTROS	<p>Los siguientes funcionarios: David Vega, Geovanny Riveros, Oscar Ardila y Hernando Suárez. Son los encargados de ejercer la supervisión de los contratos asignados para apoyar a la Oficina de Divulgación y Prensa.</p> <p>De otra parte, se observaron registro con los respectivos formatos de inducción en puestos de trabajo y la respectiva remisión a la Dirección de Talento Humano.</p>	C

(13) RECOMENDACIONES: (0)

Seguir con el mismo empeño y compromiso para que los objetivos y metas se vean reflejados en óptimos resultados Institucionales.

(14) NÚMERO DE OBSERVACIONES:

(0)

(15) FORTALEZAS:

Las reuniones de trabajo efectuadas por parte del Jefe de la Oficina y su equipo de trabajo para tratar asuntos relacionados con la gestión desarrollada y sus respectivos avances.

(16) OPORTUNIDADES DE MEJORA: (1)

La importancia que el funcionario que maneje el archivo de la Oficina deba tener amplio conocimiento de la aplicación de las Tablas de Retención documental y de las normas archivísticas, toda vez que esto redundará en beneficio del buen manejo del Sistema de Gestión Documental.

(17) NÚMERO DE NO CONFORMIDADES:

(0)



(18) CONCLUSIONES:

El proceso está desarrollando la gestión de acuerdo a lo programado, sin embargo, los resultados de la auditoría integral arrojaron una (1) Oportunidad de Mejora.

**(19) FIRMA:
AUDITOR (ES)**

**(20) APROBO:
JEFE OFICINA CONTROL
INTERNO**

Karime Chávez Niño