



# MANUAL DE COMUNICACIONES

**JAIME DEL CRISTO MUÑOZ FORTICH**  
**Contralor General del Departamento de Sucre**

**Sincelejo Diciembre de 2013**

## INDICE

	pág.
<b>PRESENTACIÓN</b>	3
<b>1. PLAN ESTRATEGICO COMUNICACIONES</b>	4
1.1 Modelo de Comunicación pública organizacional e informativa	6
1.1.1 Propósito y finalidad	7
1.2 campos, Categorías y Ejes Estratégicos	7
1.3 Plan Estratégico Comunicación	10
1.4 Estructuración del Plan	11
1.5 Diagnostico de percepción de la comunicación pública de la CGDS	12
1.6 Aplicación del manual de la comunicación pública y gerencia de servicio	40
1.7 Políticas de Comunicación	40
1.8 Matriz Estratégica de Comunicación	60
1.9 Matriz de Diseño de Mensajes	64
1.10 Público o grupos de interés	65
1.11 Voceros Institucionales	69
1.12 Estrategias	69
1.13 Lineamientos y orientaciones operativas para el proceso de comunicación e información pública	71
2.0 plan de medios y acciones comunicativas	80
3.0 Portafolio de Tramites	85
<b>2. MANUAL DE IDENTIDAD GRAFICA</b>	95
Presentación	96
2.1 Construcción del Logo	97
2.2 Geometrización del Logo	98
2.3 Usos inadecuados del logo	99
2.4 Ubicación del logo en el contexto de un impreso	99
2,5 Uso del logo en piezas publicitarias	106



## PRESENTACION

El Manual de Comunicación de la Contraloría General del Departamento de Sucre, tiene como propósito ayudar a posicionar el concepto de lo público como servicio y derecho fundamental de todos los ciudadanos, interviniendo paulatinamente en la cultura organizacional de la empresa para hacerla cada vez más proactiva, enfocada en la consecución de resultados y el logro de objetivos. Así, el presente Plan condensa una serie de herramientas comunicativas a desarrollar, enmarcadas en: el Plan Estratégico de Comunicación y Manual de Identidad Gráfica.

Por lo cual la Oficina Asesora de Planeación, La Subcontraloría, el área de gestión administrativa integral y la oficina de tecnología de la información y comunicaciones deben asumir un rol importante que, mediante acciones efectivas de estrategia comunicacional, le permitan a la entidad dar a conocer sus ejecutorias, lograr que los diferentes públicos y partes interesadas la identifiquen, entiendan claramente su actividad y den cuenta de la percepción real que tienen de ella.

También es importante destacar la relevancia del fortalecimiento de los procesos de comunicación interna que permitan generar interacción y fluidez en la información corporativa para lograr procesos de pertenencia, identidad y dinamismo en la actividad diaria de los servidores de la entidad a más de facilitar los procesos laborales y de atención a los diversos públicos.

Con la implementación del Manual de Comunicación se busca consolidar y fortalecer la imagen corporativa, además, un proceso de empoderamiento de los funcionarios y cercanía con los diversos públicos que genere comportamientos de compromiso individual y colectivo para avanzar en el posicionamiento de la entidad en el medio local y nacional, y en el fin específico de mejorar la eficiencia operativa y la confianza ciudadana en el ejercicio del control fiscal

La comunicación en la Contraloría General del Departamento de Sucre, adoptará un enfoque integral, que permee todas las áreas de trabajo para generar una cultura de información oportuna, eficiente y efectiva, tanto interna como externamente

**1. PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN  
2014-2015**

## **1. PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIÓN 2014-2015**

El plan estratégico de Comunicación que a continuación se presenta, tiene un doble propósito. De una parte socializar con los usuarios de este documento las políticas y acciones de comunicación que se adelantan en el actual periodo de gobierno del Contralor y, de la otra, convertirlo en herramienta de trabajo y consulta permanente, para facilitar la gestión coordinada de todas las instancias de la entidad con la orientación de la Oficina asesora de Planeación.

Este plan existe como consecuencia del carácter estratégico que la actual administración le otorga a la comunicación y en él se establecen, como sus principales fines: a) aportar al cumplimiento de los objetivos misionales, b) lograr una interacción permanente e ininterrumpida con la comunidad, c) fortalecer la cultura organizacional. Una gestión que, en síntesis, se desarrolla en dos ámbitos informativo y organizacional.

La estructura de este plan se basa en la propuesta metodológica que para modelo de comunicación pública organizacional e informativa para entidades del estado (MCPOI).

Se define como responsables aquellas áreas que tienen una tarea directa para lograr el cumplimiento de la política de la dirección o de la política operativa,. Garantizar su cumplimiento esta bajo la responsabilidad de la Oficina Asesora de Planeación que verificara su buen cumplimiento y acompañara en todo momento que sea necesario.

Acorde con el modelo seguido, el presente plan estratégico de Comunicación formula el horizonte de sentido que la comunicación debe proponerse fortalecer en la entidad, define los temas críticos de la Contraloría, que según el modelo podrían considerarse como generales a las entidades estatales, y formula unos imaginarios a través de los cuales se pretende intervenir y transformar la cultura organizacional. De esta manera, el presente Plan Estratégico de Comunicación se constituye en guía fundamental para planear y desarrollar la comunicación institucional en la Contraloría General del Departamento de Sucre.

## 1.1 MODELO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA ORGANIZACIONAL E INFORMATIVA PARA ENTIDADES DEL ESTADO (MCPOI)

Como consecuencia del análisis y necesidad de mejoramiento continuo de las entidades del Estado, surgió el Modelo Estándar de Control Interno MECI, como una alternativa de gestión para orientar a las entidades públicas hacia el logro de sus objetivos estratégicos de manera productiva. Es decir, haciendo uso racional y eficiente de los recursos públicos para ayudar a alcanzar los fines esenciales del Estado.

Para ello, los principios de transparencia y rendición de cuentas fueron fortalecidos mediante el diseño, por parte de la firma Casals y la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional –USAID, de un Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para entidades del Estado –MCPOI, orientado a desarrollar efectivos sistemas de comunicación mediante elementos conceptuales e instrumentos funcionales de trabajo.

El MCPOI ofrece las herramientas conceptuales y metodológicas necesarias para direccionar la comunicación en las entidades del Estado como un instrumento de apoyo a su gestión estratégica. De acuerdo con el MCPOI, los problemas de comunicación comunes al conjunto de entidades pueden clasificarse en dos grandes grupos: los que tienen que ver con la manera como se articula en ellas la comunicación a la cultura organizacional y los que se concentran en el manejo de la información y en su interacción comunicativa con la sociedad a través de los medios. El primer grupo de problemas es de carácter estrictamente organizacional, es decir, se desenvuelve en el escenario de las interacciones comunicativas entre los servidores públicos y se expresa en prácticas existentes que determinan modelos mentales como los que imaginan los estilos de autoridad, la noción del trabajo o la alineación estratégica de las personas con respecto al proyecto misional. El segundo grupo es de carácter informativo, es decir, apunta a fortalecer las interacciones informativas de las entidades con sus públicos de interés, lo cual, inevitablemente supone el abordaje del tema de la Rendición de Cuentas a la sociedad, que, si se quiere, es la acción comunicativa por excelencia que sintetiza y resume la intención de transparencia, posicionamiento y visibilidad del Estado. De esta manera, el modelo limita los campos de acción en los cuales busca intervenir (organizacional e informativo) y asume el paradigma de la comunicación pública desde una concepción participativa del quehacer organizacional y en el marco del diálogo para la construcción de consensos.

### 1.1.1 PROPÓSITO Y FINALIDAD

El propósito y la finalidad del presente Plan Estratégico de Comunicación están relacionados de manera directa con la naturaleza misma del Estado, tendiente a fortalecer el servicio público como la esencia y razón de ser de este organismo de control.

**1.1.1.1 PROPÓSITO:** El Plan tiene como propósito construir e interiorizar en la cultura organizacional de la Contraloría General del Departamento de Sucre el sentido de lo público y de la función del Estado como administrador de lo público.

**1.1.1.2 FINALIDAD:** La finalidad del Plan es ayudar a introducir en la cultura organizacional de la Contraloría General del Departamento de Sucre la noción de que administrar lo público significa generar confianza en el Estado.

### 1.2 CAMPOS, CATEGORÍAS Y EJES TEMÁTICOS

El cuadro siguiente presenta los campos, las categorías y los ejes temáticos definidos para el presente Plan Estratégico de Comunicación.

CAMPO	EJE TEMÁTICO	CATEGORIA
Comunicación organizacional	Receptividad	Apertura
	Actitud de Servicio	
	Visión Compartida	Interlocución
	Trabajo Colaborativo	
Comunicación Informativa	Sistematización de la información	Interlocución
	Socialización de la Información	
Rendición de Cuentas Sociedad	Publicidad	Visibilidad
	Posicionamiento	

Los tres campos de acción en los cuales se desarrolla el Plan son los siguientes:

**COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL:** campo en que la comunicación busca garantizar la organicidad y coherencia de la entidad a partir de la articulación de principios y acciones con el fin de lograr el propósito misional.

**COMUNICACIÓN INFORMATIVA:** campo en que la comunicación pretende garantizar que la entidad se exprese frente a la sociedad y le comunique su relato.

**RENDICIÓN DE CUENTAS A LA SOCIEDAD:** 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. La rendición de cuentas a la sociedad es complementaria de la rendición de cuentas a los organismos de control que está reglamentada por la ley.

Estos tres campos son abordados a través de tres categorías de análisis, concebidas como el horizonte de sentido que determina las propuestas de comunicación institucional, las cuales son desagregadas en ejes temáticos que las aterrizan en la práctica cotidiana de la comunicación en la Contraloría General del Departamento de Sucre, tal como se muestra a continuación:

- **APERTURA:** es la capacidad de la organización para estar atenta y abierta a escuchar los “sonidos” del entorno, pues su existencia se justifica únicamente en función de la ciudadanía, y para ello debe ser receptiva y desarrollar en sus servidores públicos, una fuerte cultura de servicio. Esta categoría contempla dos ejes temáticos:

**Receptividad:** Mediante el desarrollo de mecanismos de comunicación, la CGDS, debe estar abierta a la comunidad a través de acciones comunicativas concretas, es decir, que no solamente debe escuchar sino que debe ser receptiva; y la receptividad hace referencia a que lo que se escucha tenga posibilidad real de convertirse en insumo o elemento de juicio para la formulación de los planes, programas y proyectos de la entidad.

**Actitud de servicio:** Implica asumir que la entidad existe para el servicio, para prestar servicios, lo cual debe traducirse en una manera particular de relacionarse con la comunidad en términos de amabilidad, sencillez y calidez y en el hecho de que tanto la actitud institucional como de las personas que la representan sea de disposición permanente.

- **INTERLOCUCIÓN:** La interlocución es la capacidad de la entidad para construir sentido compartido, visión compartida. Para ello se requiere que la organización desarrolle una sólida capacidad de diálogo y estimule la creación de espacios de conversación e interacción entre los equipos de trabajo. Esta categoría contempla cuatro ejes temáticos:



**Visión compartida:** la visión compartida hace referencia a aquellos elementos orientadores, de contenido y no formales, que en términos no solamente éticos sino desde otros horizontes políticos, culturales y administrativos, pueden convertirse en lugares de reconocimiento y donde sea posible construir acuerdos organizacionales.

**Trabajo colaborativo:** en la CGDS la comunicación debe contribuir a la promoción de un estilo de trabajo organizacional participativo. Para ello deben tenerse en cuenta el estilo de dirección y la construcción de redes de ayudas mutuas.

**Sistematización de la Información:** la sistematización busca transformar el saber en conocimiento, modelarlo, replicarlo ponerlo en términos de teoría, para devolverlo a la sociedad de tal manera que ésta no solamente pueda conocerlo sino utilizarlo. Para ello, la entidad debe definir e implementar métodos y procedimientos de recopilación, procesamiento y sistematización de la información, que les permitan, además de darle publicidad a sus actuaciones, lograr que efectivamente todos, adentro y afuera, conozcan y entiendan cómo y porqué realizan su proyecto misional.

**Socialización de la información:** cuando el directivo asume su responsabilidad de interlocución debe generar en la entidad unas formas de conversación a través de las cuales se hable y se escuche y no simplemente se asuman sus directrices como instrucciones que los demás deben seguir y replicar. Para romper con ese estilo autoritario y buscar que la interlocución logre convocar, seducir y alinear, se requiere la socialización cotidiana de la información, de tal manera que el colectivo disponga de todos los elementos necesarios para conocer y dimensionar su labor en sintonía con el proyecto misional.

- **VISIBILIDAD:** al hacer visible la gestión, al contar e informar lo que se está haciendo, la entidad y sus responsables, además de informar los resultados de su labor, muestran que no han actuado en beneficio propio, pues quien se beneficia personalmente no rinde cuentas y, por el contrario, procura ser opaco, no ser visible, mantenerse oculto. Cuando se es visible se genera confianza y, por tanto, se construye la idea de lo público, haciendo notar que la entidad es de la comunidad. Esta categoría contempla dos ejes temáticos:

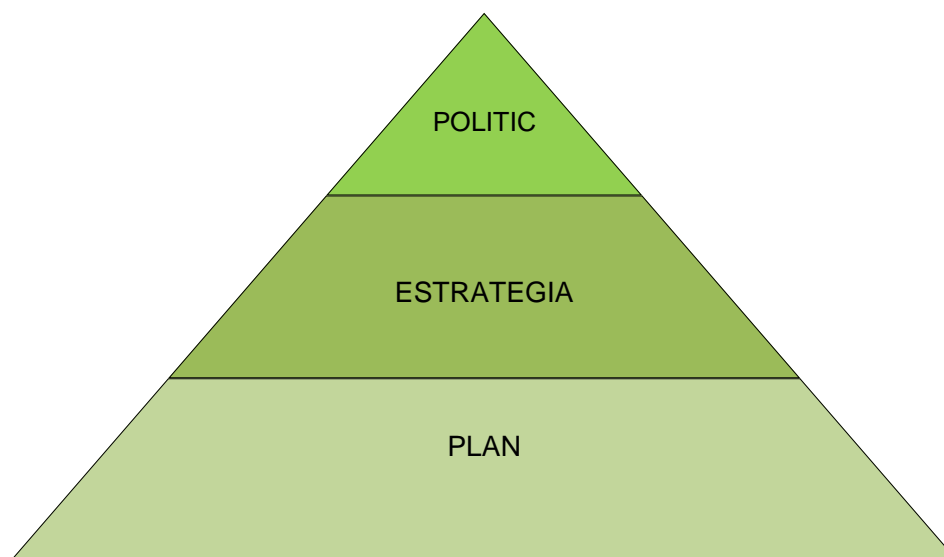
**Publicidad:** cuando se propone que la entidad sea visible y que sus responsables hagan visible su gestión, lo que se busca es que cuenten de

manera constante, tanto interna como externamente, cómo están actuando y cuáles han sido los resultados alcanzados. A eso hay que darle publicidad.

**Posicionamiento:** la comunicación hacia afuera debe estar enfocada a hacer visible la gestión, a mostrar cómo está actuando la entidad y qué resultados ha obtenido, en el entendido de que haciendo visible la entidad se hace visible el funcionario responsable y en consecuencia se logra que ambos adquieran posicionamiento social. De la misma manera, la comunicación interna busca hacer visibles a cada uno de los jefes, dando cuenta no solamente de los resultados de sus áreas, sino de la manera como se están tomando las decisiones y de lo que comportan estas decisiones

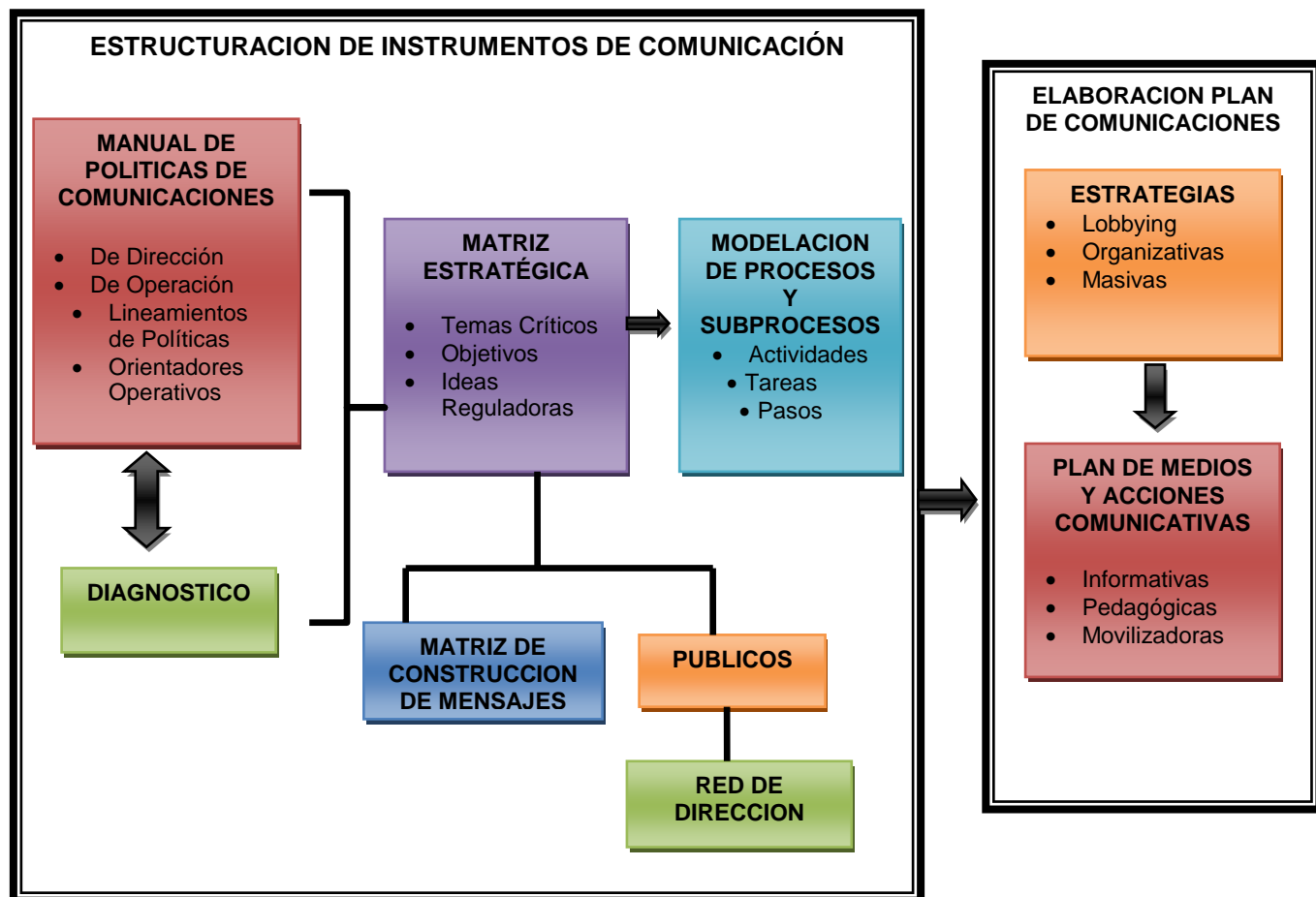
### 1.3 PLAN ESTRÁTEGICO DE COMUNICACIÓN

Un Plan Estratégico de Comunicación es un conjunto de directrices, estrategias y acciones comunicativas que se ordenan y articulan para la consecución de un propósito



La planeación de la comunicación institucional se basa en tres elementos centrales de la gestión administrativa: la política, la estrategia y el plan. El eje de la planeación es la política, que sustenta la estrategia, y la estrategia conduce a la acción por medio del Plan. En forma secuencial, la política contiene a la estrategia como la estrategia contiene al plan.

## 1.4 ESTRUCTURACIÓN DEL PLAN



El diseño del Plan de Comunicación, parte de interpretar una situación que requiere ser transformada (diagnóstico de la comunicación) y de formular políticas de comunicación para la entidad. Ambos insumos alimentan una matriz estratégica, que es una herramienta que permite definir las ideas reguladoras que van a ser socializadas y asumidas como el marco general del sentido de la organización, y que contiene los temas críticos y sus respectivos objetivos, sobre los cuales se debe centrar el trabajo comunicacional de la entidad.

Esto permite definir los mensajes que se pretende compartir e interiorizar, caracterizar los públicos que serán objetivo del plan y construir una red de reeditores (mediadores) a través de la cual se va a desarrollar la

comunicación. Con estos elementos, de ser necesario, se podría modelar un Proceso de Comunicación Pública.

Finalmente, de los objetivos trazados en la matriz estratégica, se desprenden las estrategias que deben traducirse en un plan de medios y de acciones comunicativas a través de las cuales se busca el mejoramiento institucional en los temas críticos detectados.

## **1.5 DIAGNÓSTICO DE PERCEPCIÓN DE LA COMUNICACIÓN PÚBLICA CGDS**

Los instrumentos de diagnóstico utilizados evalúan los tres campos comunicativos en la entidad, a partir de la percepción que los miembros de la organización tienen sobre los ejes temáticos que los conforman. Esta evaluación tiene un carácter perceptual, es decir que se basa en las percepciones que desde su subjetividad tienen los servidores públicos vinculados a la Contraloría General del Departamento de Sucre sobre los distintos aspectos indagados en el momento en que se aplican los instrumentos.

**1.5.1 CARACTERÍSTICAS DEL DIAGNÓSTICO** - Presenta una radiografía de la comunicación en la entidad según las categorías de análisis aplicadas.

- Entrega una visión estratificada general de la entidad.
- Tiene un carácter perceptual y valorativo.

**1.5.2 ASPECTOS TÉCNICOS** - Se aplicaron tres encuestas, una para cada campo comunicacional: organizacional, informativo y medios de comunicación.

- Las opciones de respuesta fueron estructuradas en afirmaciones que son marcadas por el encuestado según una gradación de —cumple — no cumple.
- Las respuestas se calificaron según la opción marcada por el encuestado en cada afirmación, de la siguiente manera:

<b>OPCIÓN MARCADA</b>	<b>PUNTAJE</b>
No sabe	0
No se cumple	1
Se cumple insatisfactoriamente	2
Se cumple aceptablemente	3
Se cumple en alto grado	4
Se cumple plenamente	5

Tomando como referencia lo anterior, se adelantaron las acciones de calcular: frecuencia, porcentaje y valor parcial de las preguntas.

En donde:

Frecuencia	número de veces que una respuesta obtuvo el mismo valor
Porcentaje	número de respuestas obtenidas por cada valor sobre el total de respuestas
Valor parcial	Que se obtiene de multiplicar el valor (0,1,2,3,4,5), por el porcentaje

### 1.5.3 INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Se ubica el puntaje total ( tomando el resultado del valor parcial)

RANGO	CRITERIOS
Puntaje total entre 0.0 y 2.0	Inadecuado
Puntaje total entre 2.1 y 3.0	Deficiente
Puntaje total entre 3.1 y 4.0	Satisfactorio
Puntaje total entre 4.1 y 5.0	Adecuado

Para cada uno de los rangos se encuentra definido un criterio, que representa una valoración cualitativa del Puntaje Total. Con base en esta valoración se interpretarán los resultados obtenidos en cada una de las encuestas y se definirán las acciones que han de emprenderse.

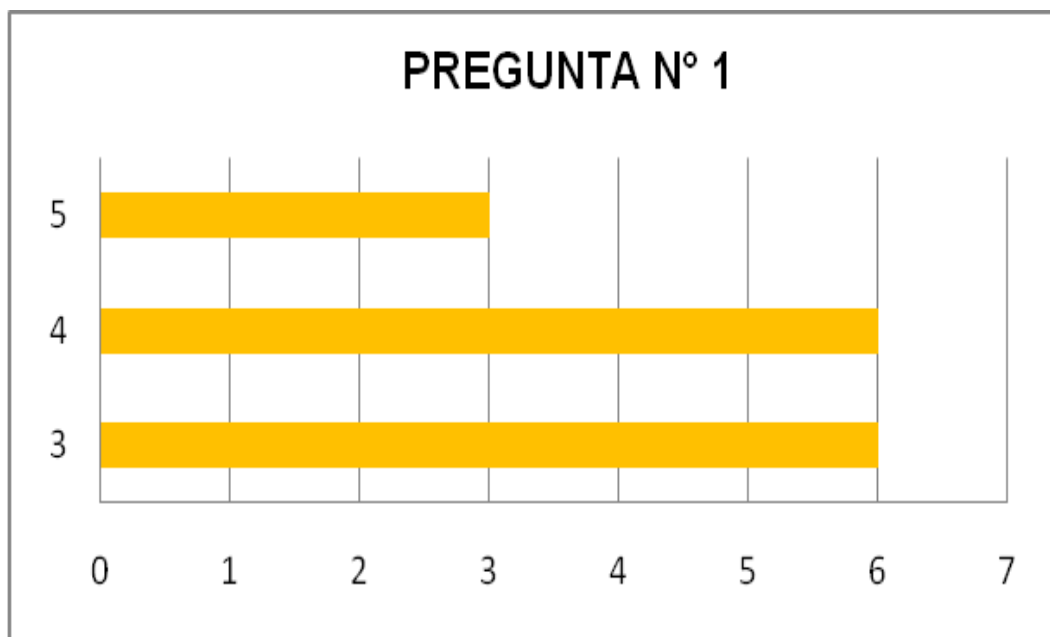
Si se trata de una encuesta de diagnóstico, dependiendo del rango en que se encuentre ubicado el elemento de control, se proponen las acciones para garantizar la existencia del elemento; si el elemento se encuentra ubicado en los rangos *inadecuado* o *deficiente*, se deben proponer acciones para el diseño e implementación del elemento;

Si se ubica en los rangos *satisfactorio* o *adecuado*, las acciones definidas deben orientarse hacia el mejoramiento o mantenimiento del elemento.

### 1.5.4 DIAGNÓSTICO DE LA COMUNICACIÓN EN LA CONTRALORÍA GENERAL DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

#### 1.5.4.1 COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

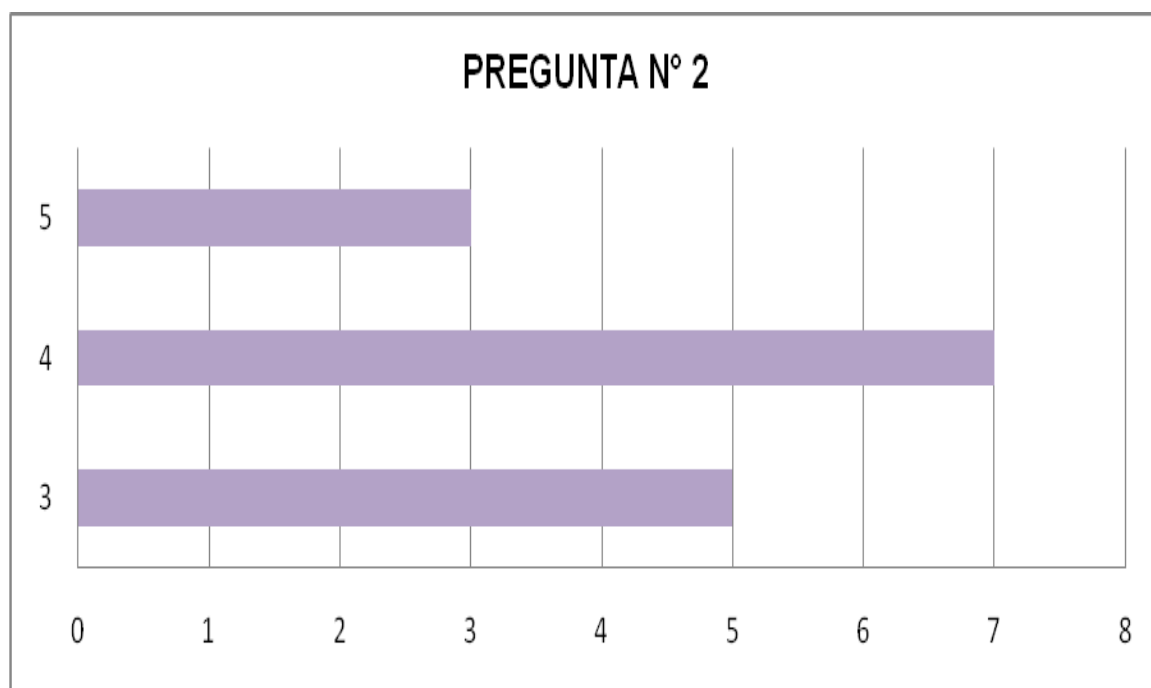
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL				
1. ¿LA DIFUSION DE POLITICAS E INFORMACIÓN GENERADA DENTRO DE LA ENTIDAD CONTRIBUYE AL FORTALECIMIENTO DE LA IMAGEN INSTIUCIONAL?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	ANALISIS RESULTADOS
3	6	40,00%	1,20	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 1, así como los porcentajes, para este caso 6 encuestados de la pregunta 1 marcaron 3, esto representa el 40% de los 15 encuestados
4	6	40,00%	1,60	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 1, así como los porcentajes, para este caso 6 encuestados de la pregunta 1 marcaron 4, esto representa el 40% de los 15 encuestados
5	3	20,00%	1,00	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 1, así como los porcentajes, para este caso 3 encuestados de la pregunta 1 marcaron 5, esto representa el 20% de los 15 encuestados
	15	100,00%	3,80	El resultado de la pregunta uno es satisfactorio con un resultado de 3,80 puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta uno (1) es SATISFACTORIO, con una calificación de 3,80

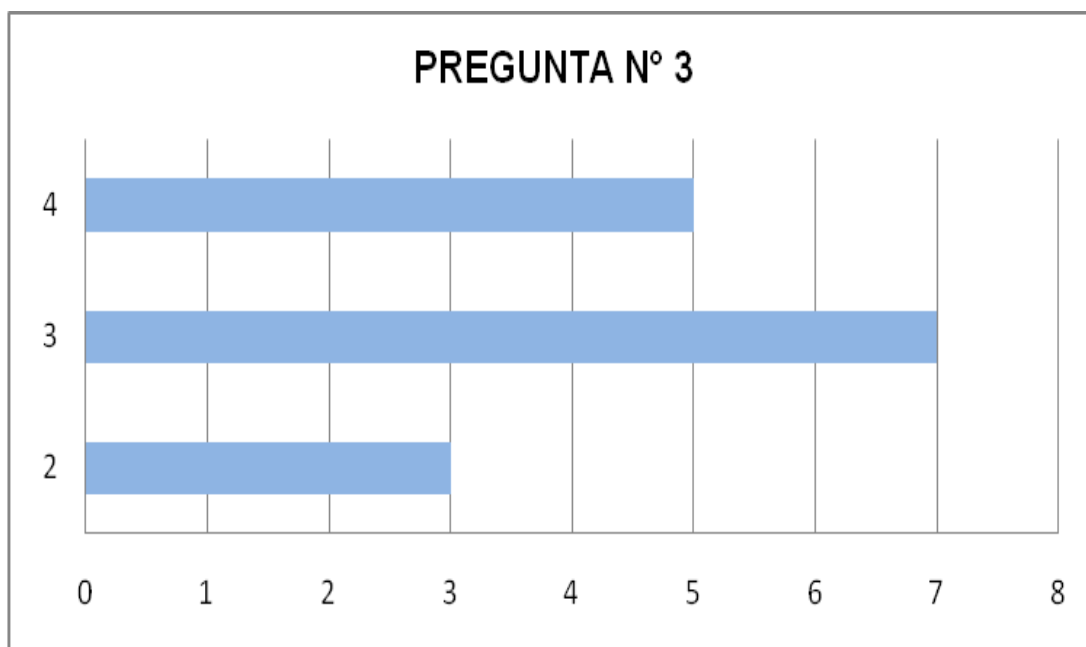
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL				
2. ¿LA COMUNICACION CONTRIBUYE AL FORTALECIMIENTO DE LOS RESULTADOS DE LOS PROCESOS DE LA ENTIDAD?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
3	5	33,33%	1,00	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 2, así como los porcentajes, para este caso 5 encuestados de la pregunta 2 marcaron 3, esto representa el 33,33% de los 15 encuestados
4	7	46,67%	1,87	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 2, así como los porcentajes, para este caso 7 encuestados de la pregunta 2 marcaron 4, esto representa el 46,67% de los 15 encuestados
5	3	20,00%	1,00	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 2, así como los porcentajes, para este caso 3 encuestados de la pregunta 2 marcaron 5, esto representa el 20% de los 15 encuestados
	15	100,00%	3,87	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 3,87 puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta dos (2) es SATISFACTORIO, con una calificación de 3,87

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL				
3 ¿SE TIENEN ESTABLECIDOS MECANISMOS INTERNOS DE COMUNICACIÓN QUE CONTRIBUYAN AL LOGRO DE LOS OBJETIVOS INSTITUCIONALES?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
2	3	20,00%	0,40	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 3, así como los porcentajes, para este caso 3 encuestados de la pregunta 3 marcaron 2, esto representa el 20%% de los 15 encuestados
3	7	46,67%	1,40	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 3, así como los porcentajes, para este caso 7 encuestados de la pregunta 3 marcaron 3, esto representa el 46,67% de los 15 encuestados
4	5	33,33%	1,33	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 3, así como los porcentajes, para este caso 5 encuestados de la pregunta 3 marcaron 4, esto representa el 33.33% de los 15 encuestados
	15	100,00%	3,13	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 3,13 puntos

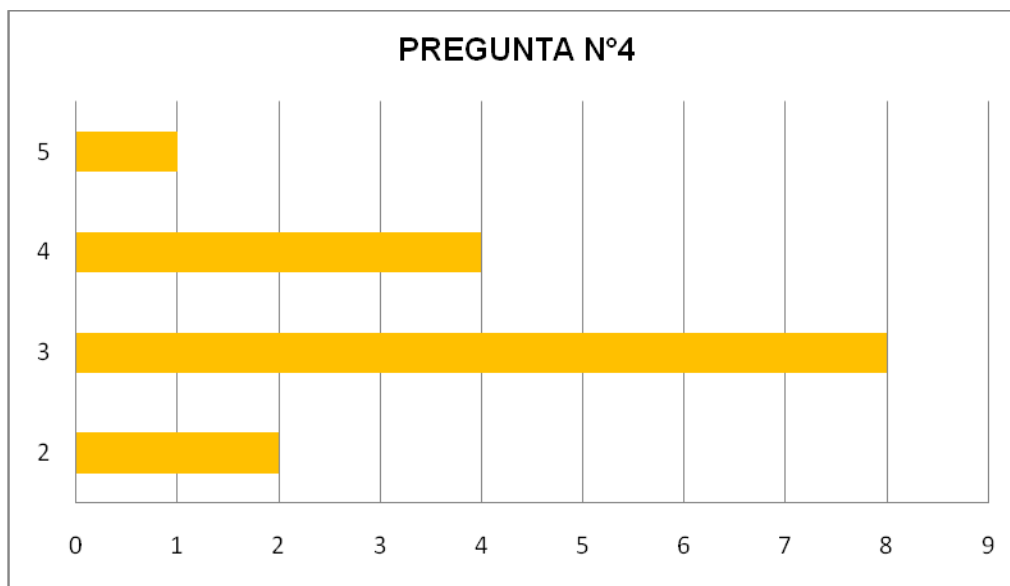


Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta tres (3) es SATISFACTORIO, con una calificación de 3,13



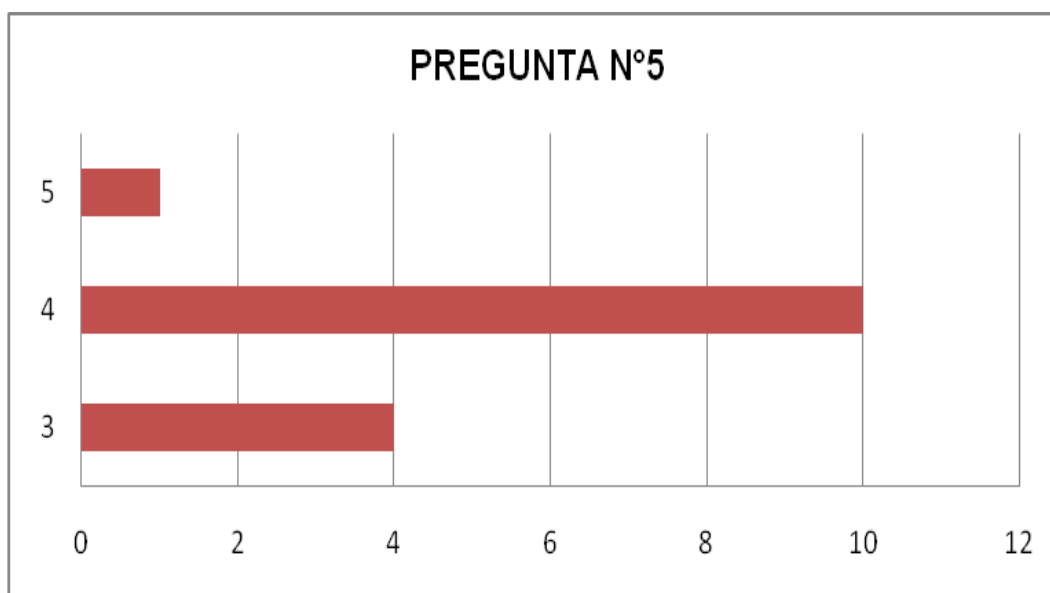
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL				
4.¿SE DETERMINAN ESPEIFICACIONES PARA GENERAR LA INFORMACION QUE SERA COMUNICADO A CADA UNO DE LOS USUARIOS INTERNOS DE LA ENTIDAD?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
2	2	13,33%	0,27	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 4, así como los porcentajes, para este caso 2 encuestados de la pregunta 4 marcaron 2, esto representa el 13,33%% de los 15 encuestados
3	8	53,33%	1,60	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 4, así como los porcentajes, para este caso 8 encuestados de la pregunta 4 marcaron 3, esto representa el 53.33% de los 15 encuestados
4	4	26,67%	1,07	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 4, así como los porcentajes, para este caso 4 encuestados de la pregunta 4 marcaron 4, esto representa el 26,67% de los 15 encuestados
5	1	6,67%	0,33	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 4, así como los porcentajes, para este caso 1 encuestados de la pregunta 4 marcaron 5, esto representa el 6,67% de los 15 encuestados
	15	100,00%	3,27	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 3,27puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta cuatro (4) es SATISFACTORIO, con una calificación de 3,27

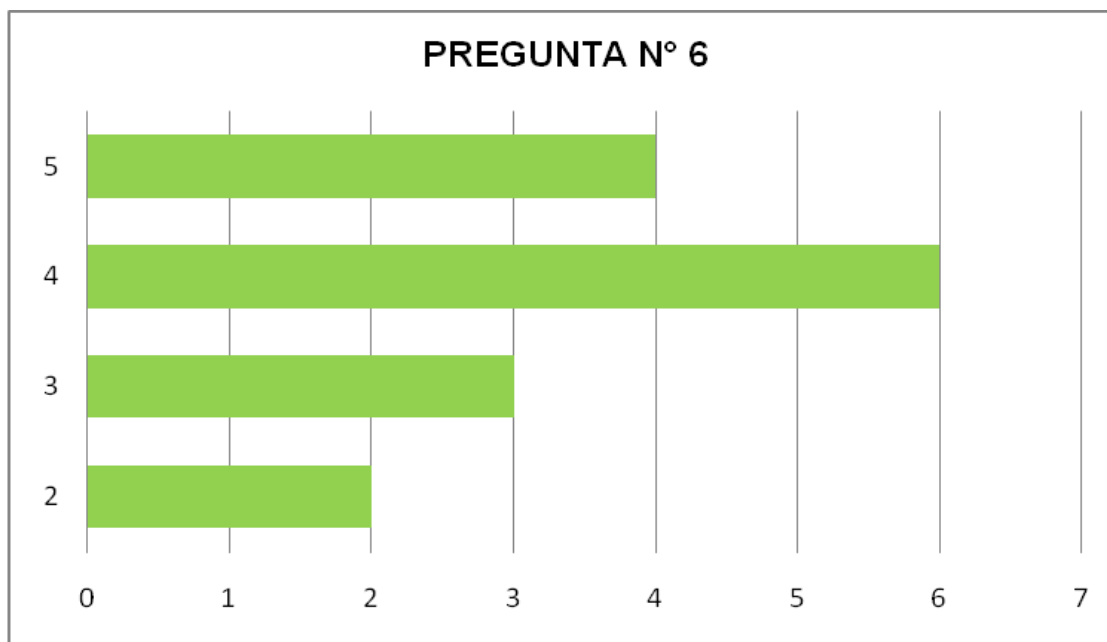
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL				
5. ¿ESTAN ESTABLECIDAS LAS RESPONSABILIDADES DE COMUNICACIÓN QUE CADA SERVIDOR TIENE CON LOS DEMAS SERVIDORES DE LA ENTIDAD PARA EL EJERCICIO DEL CARGO?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
3	4	26,67%	0,80	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 5, así como los porcentajes, para este caso 4 encuestados de la pregunta 5 marcaron 3, esto representa el 26,67% de los 15 encuestados
4	10	66,67%	2,67	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 5, así como los porcentajes, para este caso 10 encuestados de la pregunta 5 marcaron 4, esto representa el 66,67% de los 15 encuestados
5	1	6,67%	0,33	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 5, así como los porcentajes, para este caso 1 encuestados de la pregunta 5 marcaron 5, esto representa el 6,67% de los 15 encuestados
	15	100,00%	3,80	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 3,80 puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta cinco (5) es SATISFACTORIO, con una calificación de 3,80

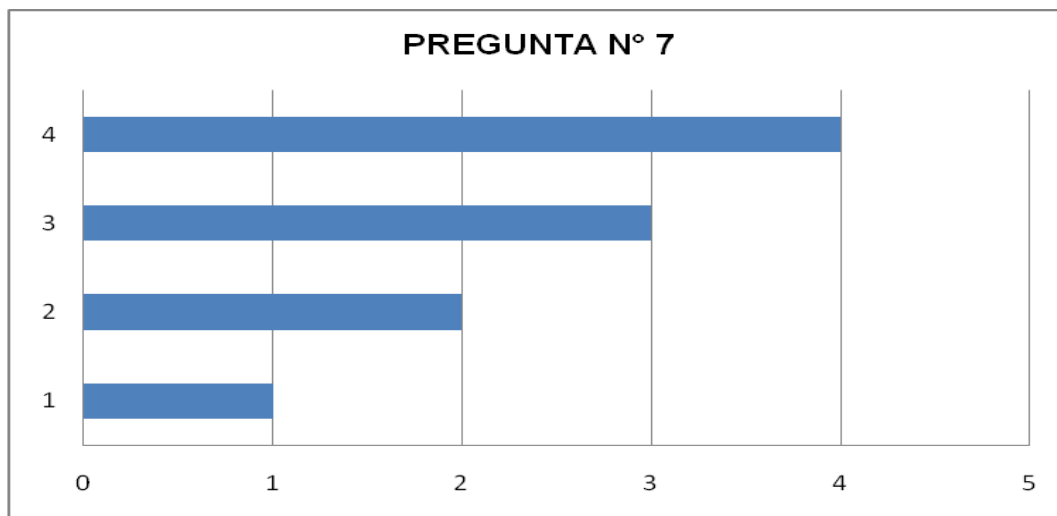
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL				
6.¿SE EVALUA LA UTILIDAD, OPORTUNIDAD Y CONFIABILIDAD DE LA INFORMACION QUE NO HA DE SER COMUNICADA A LOS USUARIOS INTERNOS?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
2	2	13,33%	0,27	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 6, así como los porcentajes, para este caso 2 encuestados de la pregunta 6 marcaron 2, esto representa el 13,33% de los 15 encuestados
3	3	20,00%	0,60	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 6, así como los porcentajes, para este caso 3 encuestados de la pregunta 6 marcaron 3, esto representa el 20,00% de los 15 encuestados
4	6	40,00%	1,60	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 6, así como los porcentajes, para este caso 6 encuestados de la pregunta 6 marcaron 4, esto representa el 40% de los 15 encuestados
5	4	26,67%	1,33	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 6, así como los porcentajes, para este caso 4 encuestados de la pregunta 6 marcaron 5, esto representa el 26,67% de los 15 encuestados
	15	100,00%	3,80	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 3,80puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta seis (6) es SATISFACTORIO, con una calificación de 3,80

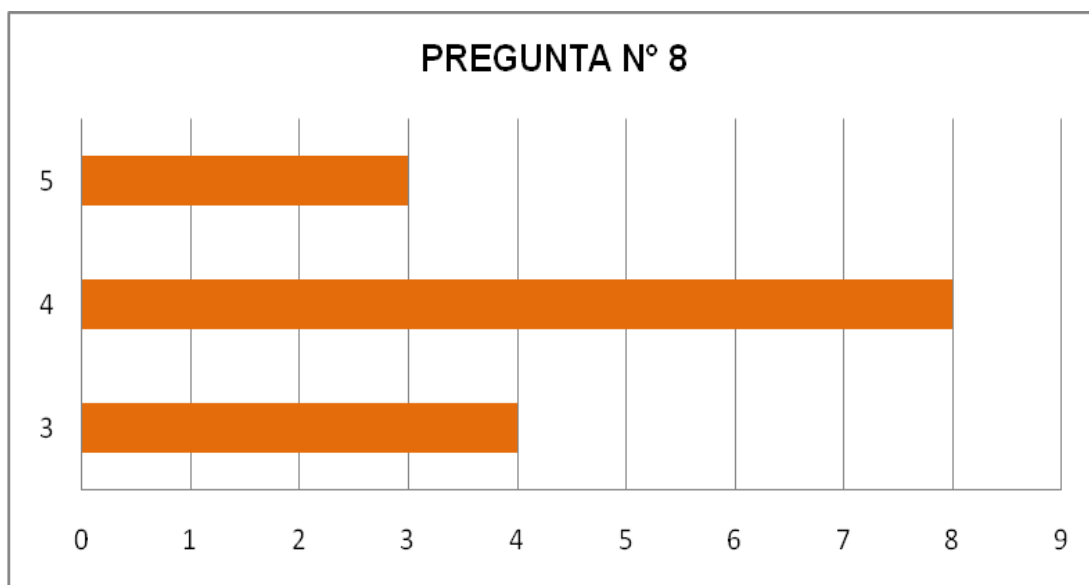
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL				
7.¿LOS USUARIOS INTERNOS COMPRENDEN LOS PROPOSITOS DE LA ENTIDAD A PARTIR DE LOS PROCESOS DE COMUNICACION ORGANIZACIONAL?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
1	2	13,33%	0,13	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 7, así como los porcentajes, para este caso 2 encuestados de la pregunta 7 marcaron 1, esto representa el 13,33% de los 15 encuestados
2	2	13,33%	0,27	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 7, así como los porcentajes, para este caso 2 encuestados de la pregunta 7 marcaron 2, esto representa el 13,33% de los 15 encuestados
3	8	53,33%	1,60	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 7, así como los porcentajes, para este caso 8 encuestados de la pregunta 7 marcaron 3, esto representa el 53,33% de los 15 encuestados
4	3	20,00%	0,80	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 7, así como los porcentajes, para este caso 3 encuestados de la pregunta 7 marcaron 4, esto representa el 20% de los 15 encuestados
	15	100,00%	2,80	El resultado de la pregunta es deficiente con un resultado de 2,80puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta siete (7) es DEFICIENTE, con una calificación de 2,80

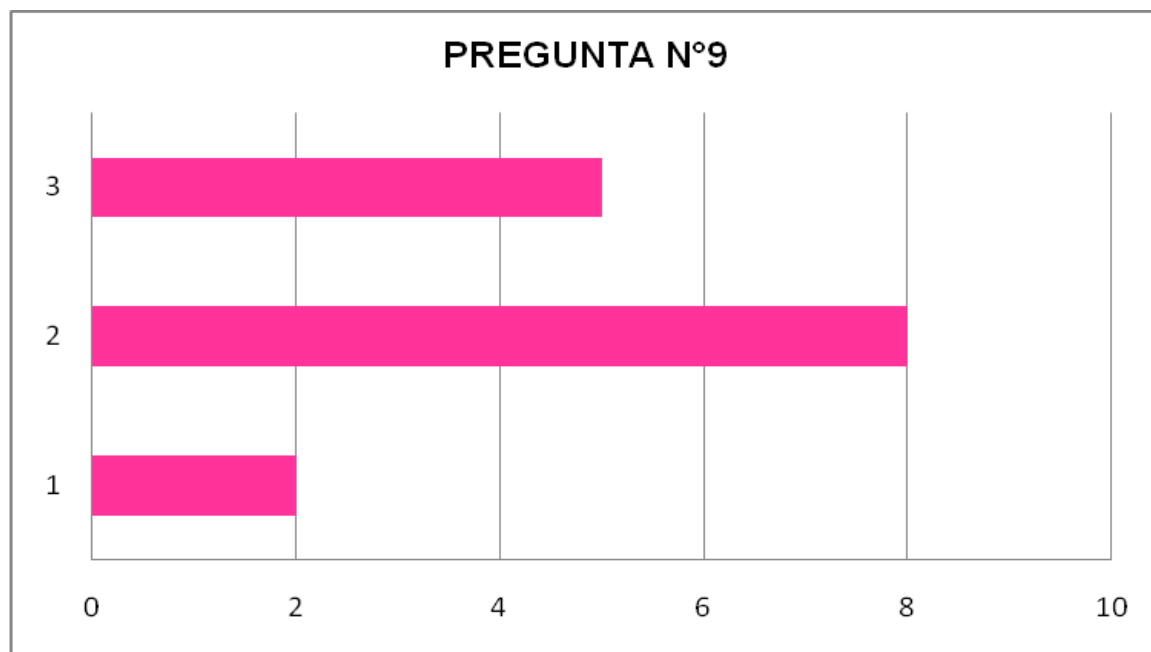
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL				
8.¿SON PERTINENTES Y OPORTUNOS LOS PROCESOS DE DIVULGACION DE LOS PROPOSITOS, ESTRATEGIAS, PLANES, POLITICAS Y LA MANERA DE LLEVARSE A CABO?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
3	4	26,67%	0,80	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 8, así como los porcentajes, para este caso 4 encuestados de la pregunta 8 marcaron 3, esto representa el 26.67% de los 15 encuestados
4	8	53,33%	2,13	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 8, así como los porcentajes, para este caso 8 encuestados de la pregunta 8 marcaron 4, esto representa el 53,33% de los 15 encuestados
5	3	20,00%	1,00	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 8, así como los porcentajes, para este caso 3 encuestados de la pregunta 8 marcaron 5, esto representa el 20% de los 15 encuestados
	15	100,00%	3,93	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 3,93 puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta ocho (8) es SATISFACTORIO con una calificación de 3,93

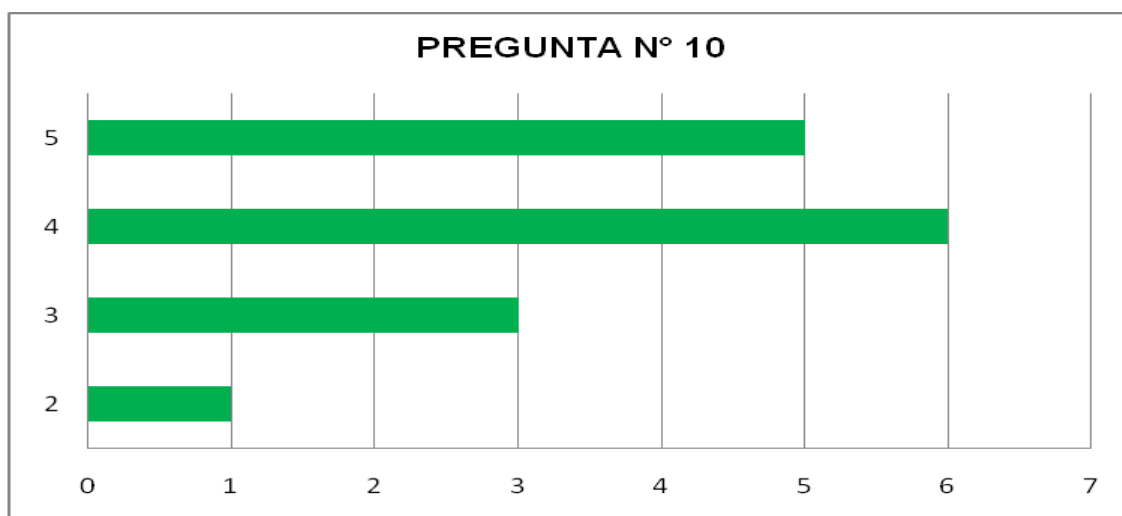
COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL				
9.¿ ESTAN ESTABLECIDOS LOS CANALES DE COMUNICACIÓN ENTRE LA DIRECCION Y LAS DIFERENTES ÁREAS DE LA ENTIDAD				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
3	2	13,33%	0,40	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 9, así como los porcentajes, para este caso 2 encuestados de la pregunta 9 marcaron 3, esto representa el 13,33% de los 15 encuestados
4	8	53,33%	2,13	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 9, así como los porcentajes, para este caso 8 encuestados de la pregunta 9 marcaron 4, esto representa el 53,33% de los 15 encuestados
5	5	33,33%	1,67	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 9, así como los porcentajes, para este caso 5 encuestados de la pregunta 9 marcaron 5, esto representa el 33,33% de los 15 encuestados
	15	100,00%	4,20	El resultado de la pregunta es adecuado con un resultado de 4,20 puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta nueve (9) es ADECUADO con una calificación de 4,20

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL				
10.¿ESTAN ESTABLECIDOS LOS CANALES DE COMUNICACIÓN ENTRE LAS DIFERENTES ÁREAS DE LA ENTIDAD?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
2	1	6,67%	0,13	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 10, así como los porcentajes, para este caso 1 encuestados de la pregunta 10 marco 2, esto representa el 6,67% de los 15 encuestados
3	3	20,00%	0,60	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 10, así como los porcentajes, para este caso 3 encuestados de la pregunta 10 marcaron 3, esto representa el 20% de los 15 encuestados
4	6	40,00%	1,60	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 10, así como los porcentajes, para este caso 6 encuestados de la pregunta 10 marcaron 4, esto representa el 40% de los 15 encuestados
5	5	33,33%	1,67	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 10, así como los porcentajes, para este caso 5 encuestados de la pregunta 10 marcaron 5, esto representa el 33,33% de los 15 encuestados
	15	100,00%	4,00	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 4,00 puntos



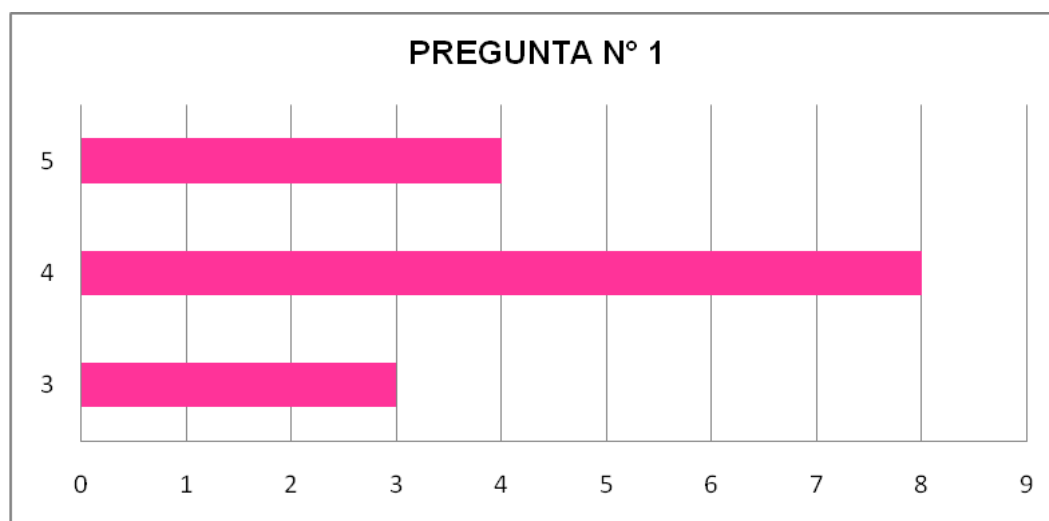
Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta diez (10) es SATISFACTORIO con una calificación de 4,00

En forma General, la **comunicación organizacional** en la Contraloría General del Departamento de Sucre alcanzó un resultado —SATISFACTORIO, lo que equivale a una calificación de 3,66/ 5.0

### 1.5.4.2 COMUNICACIÓN INFORMATIVA

COMUNICACIÓN INFORMATIVA				
1.¿LA ENTIDAD INFORMA Y SENSIBILIZA SOBRE EL USO DE LOS DISTINTOS MECANISMOS LEGALES Y ADMINISTRATIVOS DE PARTICIPACION CIUDADANA?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
3	3	20,00%	0,60	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 1, así como los porcentajes, para este caso 3 encuestados de la pregunta 1 marcaron 3, esto representa el 20% de los 15 encuestados
4	8	53,34%	2,13	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 1, así como los porcentajes, para este caso 8 encuestados de la pregunta 1 marcaron 4, esto representa el 53,33% de los 15 encuestados
5	4	26,68%	1,33	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 1, así como los porcentajes, para este caso 4 encuestados de la pregunta 1 marcaron 5, esto representa el 26,67% de los 15 encuestados
	15	100,02%	4,10	El resultado de la pregunta es adecuado con un resultado de 4,10puntos

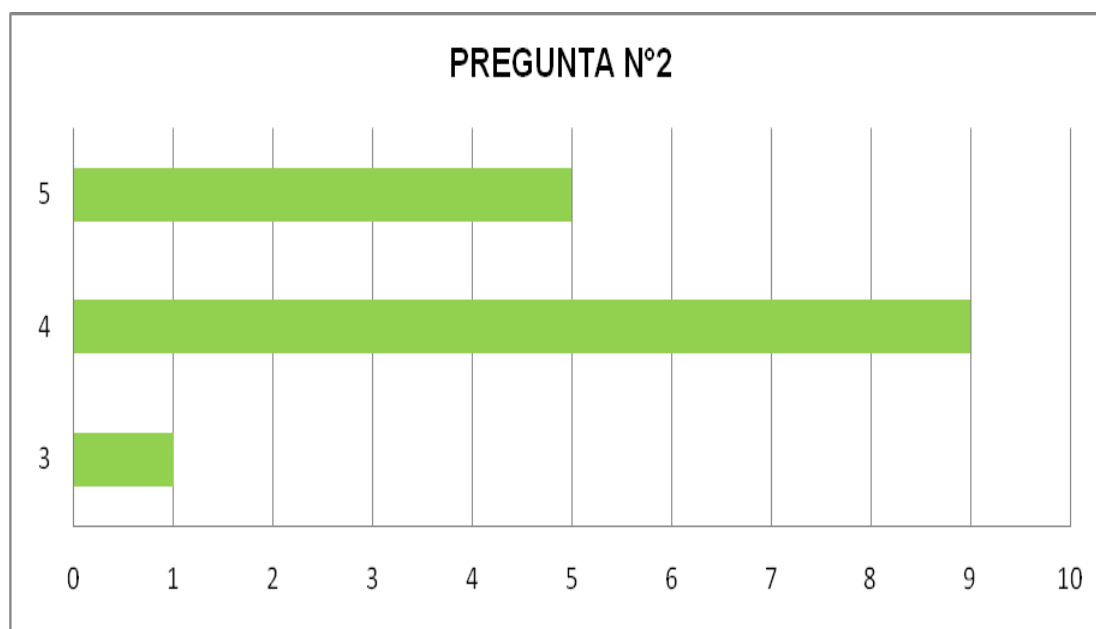


Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta uno (1) es ADECUADO con una calificación de 4,10



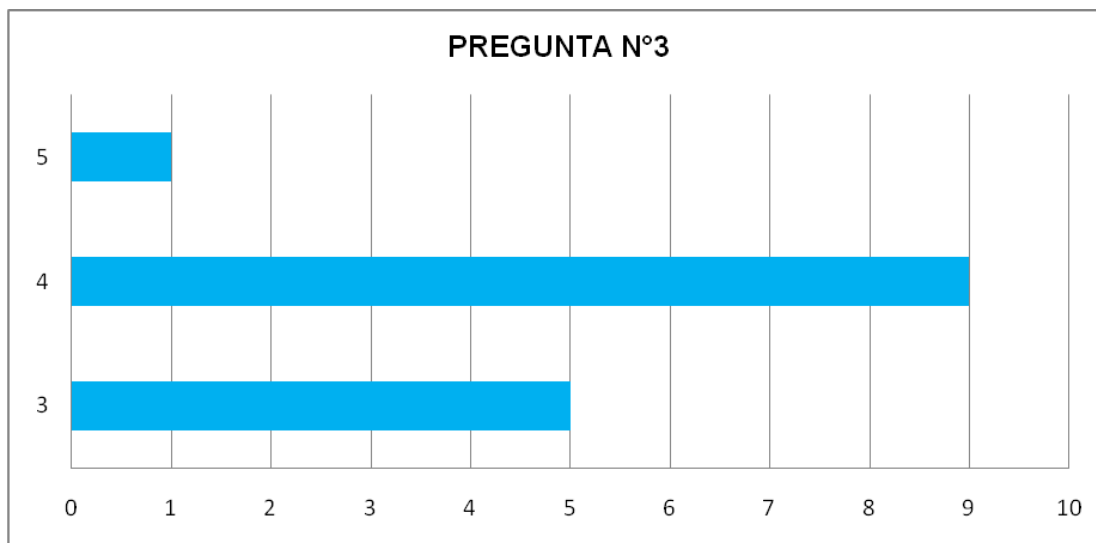
COMUNICACIÓN INFORMATIVA				
2.¿SE INFORMA PERMANENTEMENTE A LA CIUDADANIA SOBRE PROGRAMAS, SERVICIOS, OBRAS, CONTRATOS O ADMIBISTRACIÓN DE RECUROS PARA PROPICIAR LA PARTICIPACION SOCIAL EN LA FORMULACION, EJECUCIÓN. CONTROL Y EVALUACION DE LA GESTION DE LA ENTIDAD?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
3	1	6,67%	0,20	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 2, así como los porcentajes, para este caso 1 encuestados de la pregunta 2 marco 3, esto representa el 6,67% de los 15 encuestados
4	9	60,00%	2,40	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 2, así como los porcentajes, para este caso 9 encuestados de la pregunta 2 marcaron 4, esto representa el 60% de los 15 encuestados
5	5	33,33%	1,67	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 2, así como los porcentajes, para este caso 5 encuestados de la pregunta 2 marcaron 5, esto representa el 33,33% de los 15 encuestados
	15	100,00%	4,27	El resultado de la pregunta es adecuado con un resultado de 4,27puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta dos (2) es ADECUADO con una calificación de 4

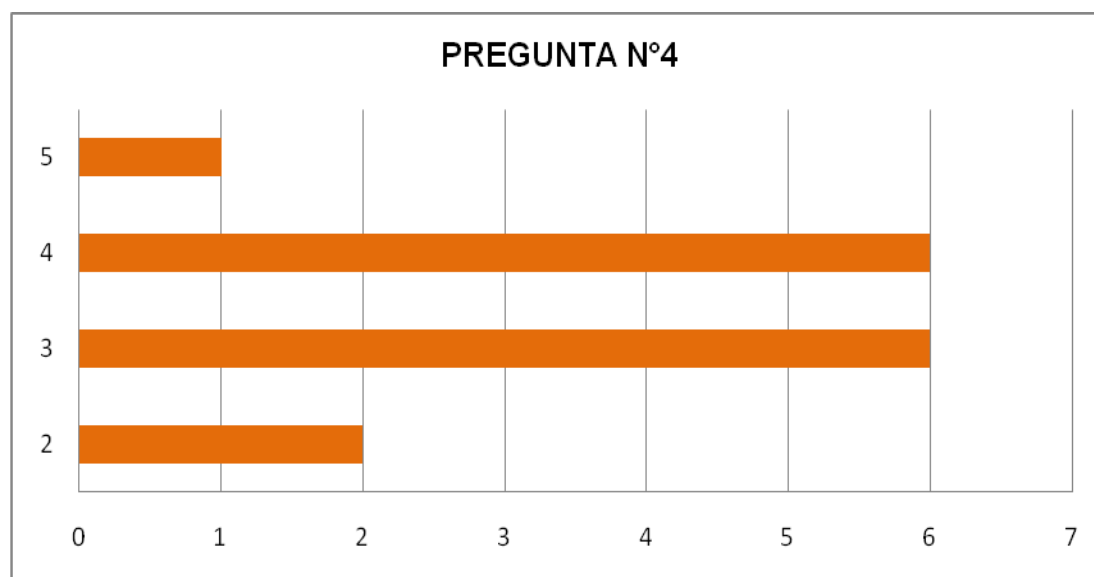
COMUNICACIÓN INFORMATIVA				
3.¿SE CUENTA CON ESTRATEGIAS QUE FACILITEN LA UTILIZACION Y COMPRESION POR PARTE DE A CIUDADANIA DE LA INFORMACION QUE SE PUBLICA EN CARTELERAS, BOLETINES, INFORMES O PAGINA WEB?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
3	5	33,33%	1,00	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 3, así como los porcentajes, para este caso 5 encuestados de la pregunta 3 marco 3, esto representa el 33,33% de los 15 encuestados
4	9	60,00%	2,40	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 3, así como los porcentajes, para este caso 9 encuestados de la pregunta 3 marcaron 4, esto representa el 60% de los 15 encuestados
5	1	6,67%	0,33	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 3, así como los porcentajes, para este caso 1 encuestados de la pregunta 3 marcaron 5, esto representa el 6,67% de los 15 encuestados
	15	100,00%	3,73	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 3,73 puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta tres (3) es SATISFACTORIA con una calificación de 3,73

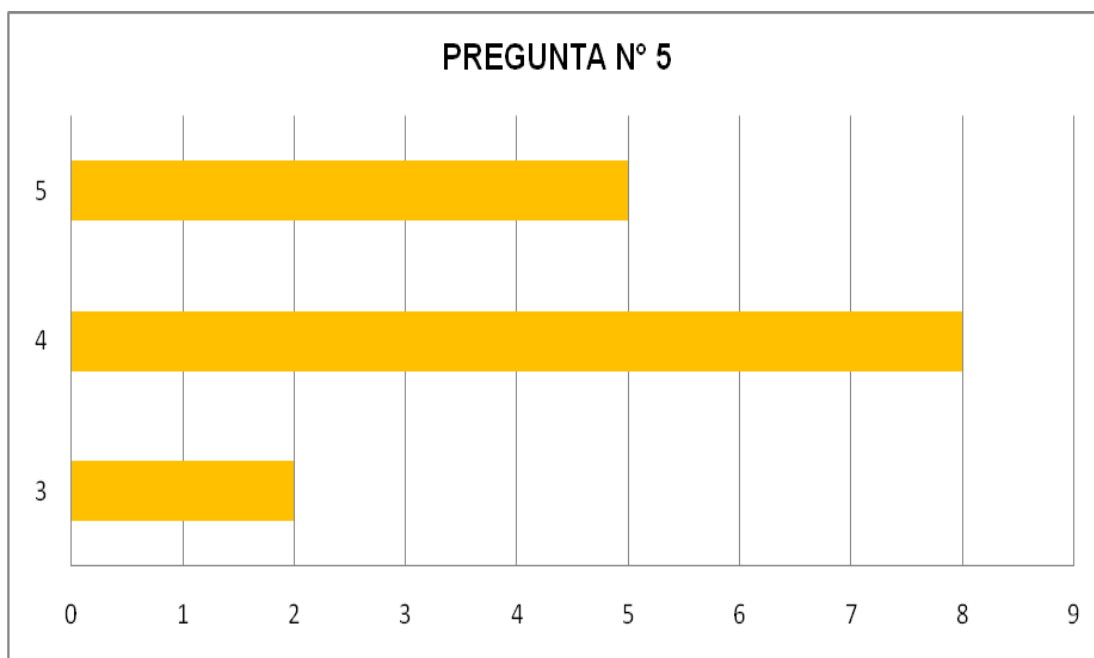
COMUNICACIÓN INFORMATIVA				
4¿SE ESTABLECEN MECANISMOS DE COMUNICACIÓN CON LAS VEEDURIAS PARA EL ACCESO OPORTUNO Y CONFIABLE A LA INFORMACION?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
2	2	13,33%	0,27	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 4, así como los porcentajes, para este caso 2 encuestados de la pregunta 4 marco 2, esto representa el 13,33% de los 15 encuestados
3	6	40,00%	1,20	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 4, así como los porcentajes, para este caso 6 encuestados de la pregunta 4 marcaron 3, esto representa el 40% de los 15 encuestados
4	6	40,00%	1,60	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 4, así como los porcentajes, para este caso 6 encuestados de la pregunta 4 marcaron 4, esto representa el 40% de los 15 encuestados
5	1	6,67%	0,33	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 4, así como los porcentajes, para este caso 1 encuestados de la pregunta 4 marcaron 5, esto representa el 6,67% de los 15 encuestados
	15	100,00%	3,40	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 3,40 puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta cuatro (4) es SATISFACTORIA con una calificación de 3,40

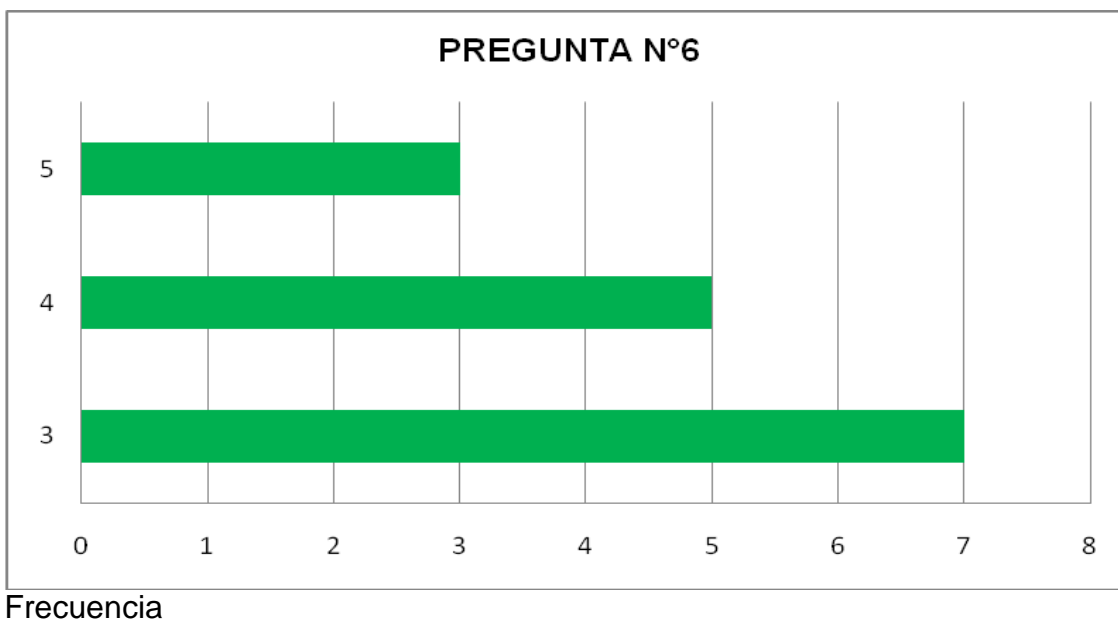
COMUNICACIÓN INFORMATIVA				
5¿LA ENTIDAD DESARROLLA PROCESOS DE RENDICION DE CUENTAS A LA CIUDADANIA EN LOS QUE ÉSTA PUEDE INTERACTUAR CON LOS DIRECTIVOS INSTITUCIONALES?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
3	2	13,33%	0,40	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 5, así como los porcentajes, para este caso 2 encuestados de la pregunta 5 marco 3, esto representa el 13,33% de los 15 encuestados
4	8	53,33%	2,13	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 5, así como los porcentajes, para este caso 8 encuestados de la pregunta 5 marcaron 4, esto representa el 53,33% de los 15 encuestados
5	5	33,33%	1,67	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 5, así como los porcentajes, para este caso 5 encuestados de la pregunta 5 marcaron 5, esto representa el 33,33% de los 15 encuestados
	15	100,00%	4,20	El resultado de la pregunta es adecuado con un resultado de 4,20 puntos



Frecuencia

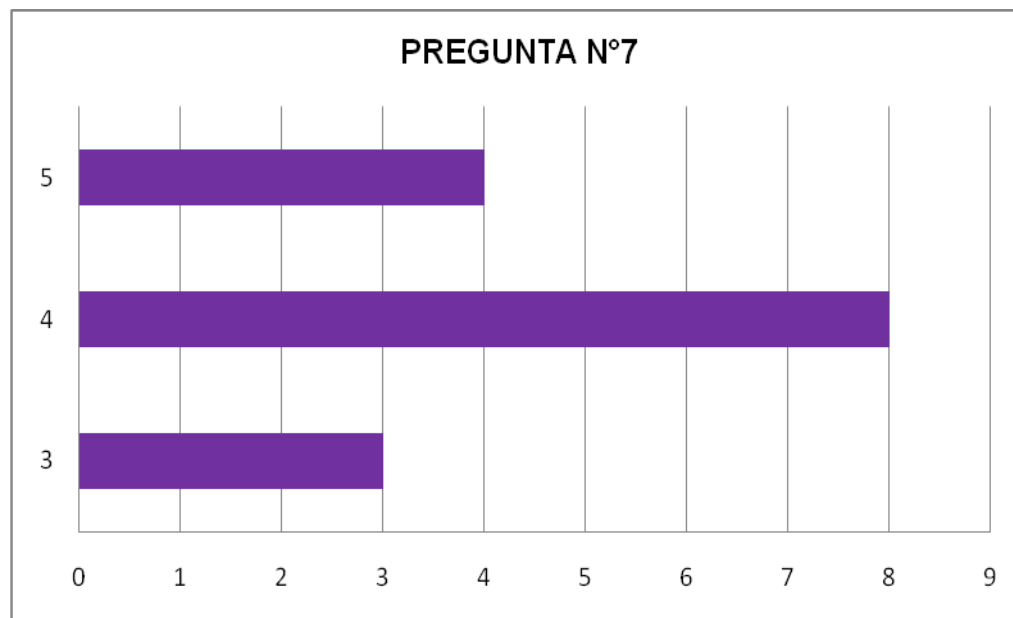
Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta cinco (5) es ADECUADA con una calificación de 4,20

COMUNICACIÓN INFORMATIVA				
6. ¿EN LA ENTIDAD EXISTEN MEDIOS ADECUADOS PARA QUE LA INFORMACION LLEGUE A TODOS LOS NIVELES DE LA ORGANIZACIÓN?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
3	7	46,67%	1,40	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 6, así como los porcentajes, para este caso 7 encuestados de la pregunta 6 marco 3, esto representa el 46,67% de los 15 encuestados
4	5	33,33%	1,33	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 6, así como los porcentajes, para este caso 5 encuestados de la pregunta 6 marcaron 4, esto representa el 33,33% de los 15 encuestados
5	3	20,00%	1,00	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 6, así como los porcentajes, para este caso 3 encuestados de la pregunta 6 marcaron 5, esto representa el 20% de los 15 encuestados
	15	100,00%	3,73	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 3,73 puntos



Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta seis (6) es SATISFACTORIA con una calificación de 3,73

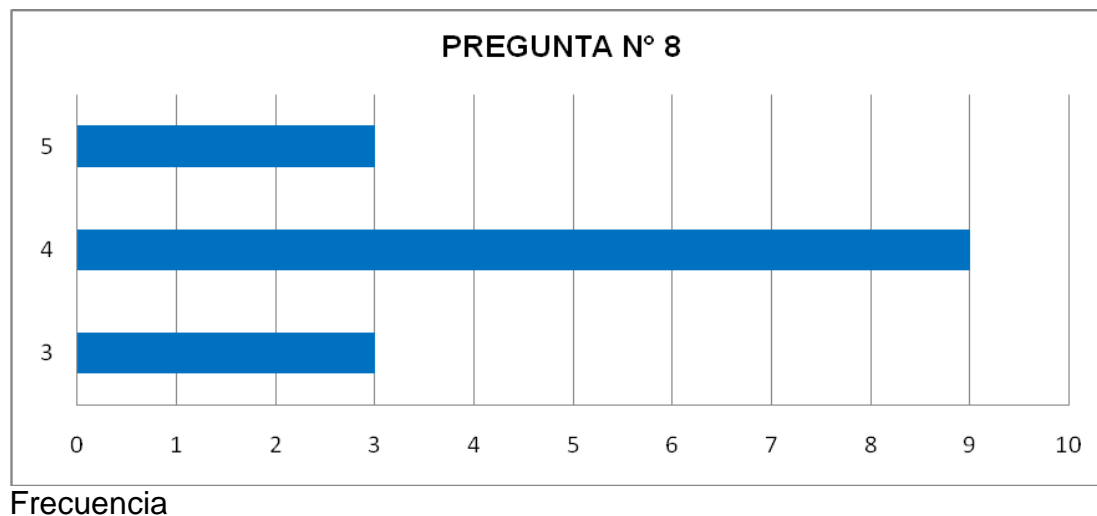
COMUNICACIÓN INFORMATIVA				
7.¿LA ALTA DIRECCION RECEPCIONA, ANALIZA Y VALORA LA INFORMACION QUE PROVIENE DE LOS SERVIDORES DE LA ENTIDAD?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
3	3	20,00%	0,60	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 7, así como los porcentajes, para este caso 3 encuestados de la pregunta 7 marco 3, esto representa el 20% de los 15 encuestados
4	8	53,33%	2,13	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 7, así como los porcentajes, para este caso 8 encuestados de la pregunta 7 marcaron 4, esto representa el 53,33% de los 15 encuestados
5	4	26,67%	1,33	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 7, así como los porcentajes, para este caso 4 encuestados de la pregunta 7 marcaron 5, esto representa el 26,67% de los 15 encuestados
	15	100,00%	4.1	El resultado de la pregunta es adecuado con un resultado de 4.1 puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta siete (7) es ADECUADA con una calificación de 4,10

COMUNICACIÓN INFORMATIVA				
8.¿LA INFORMACION QUE SE PRODUCE EN LA ALTA DIRECCION LLEGA A LOS SERVIDORES DE LA ENTIDAD?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
3	3	20,00%	0,60	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 8, así como los porcentajes, para este caso 3 encuestados de la pregunta 7 marcaron 3, esto representa el 20% de los 15 encuestados
4	9	60,00%	2,40	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 8, así como los porcentajes, para este caso 9 encuestados de la pregunta 8 marcaron 4, esto representa el 60% de los 15 encuestados
5	3	20,00%	1,00	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 8, así como los porcentajes, para este caso 3 encuestados de la pregunta 8 marcaron 5, esto representa el 20% de los 15 encuestados
	15	100,00%	4,00	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 4.0 puntos

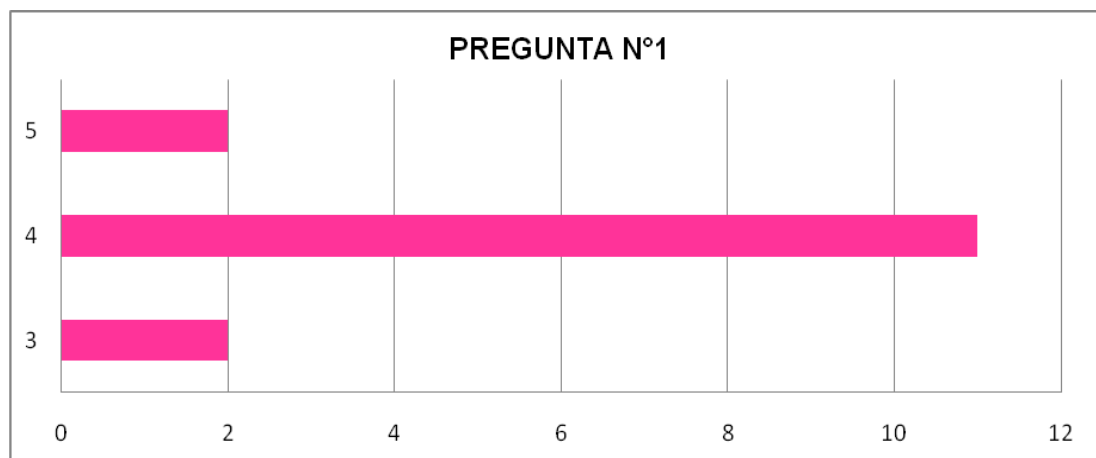


Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta ocho (8) es SATISFACTORIA con una calificación de 4,00

En forma General, la **comunicación Informativa** en la Contraloría General del Departamento de Sucre alcanzó un resultado —SATISFACTORIO, lo que equivale a una calificación de 3,94/ 5.0

### 1.5.4.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN

MEDIOS DE COMUNICACIÓN				
1.¿LA ENTIDAD CUENTA CON MECANISMOS DE COMUNICACION QUE LLEGUEN A SUS USUARIOS BRINDANDO INFORMACION COMPLETA SENCILLA Y OPORTUNA ACERCA DE LA GESTION REALIZADA( BOLETINES, PRENSA, REVISTA, CARTELERA, INTRANET, PERIODICO NOTICIERO , WEB)				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
3	2	13,33%	0,40	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 1, así como los porcentajes, para este caso 2 encuestados de la pregunta 1 marcaron 3, esto representa el 13,33% de los 15 encuestados
4	11	73,33%	2,93	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 1, así como los porcentajes, para este caso 11 encuestados de la pregunta 1 marcaron 4, esto representa el 73,33% de los 15 encuestados
5	2	13,33%	0,67	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 1, así como los porcentajes, para este caso 2 encuestados de la pregunta 1 marcaron 5, esto representa el 13,33% de los 15 encuestados
	15	100,00%	4,00	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 4,00puntos

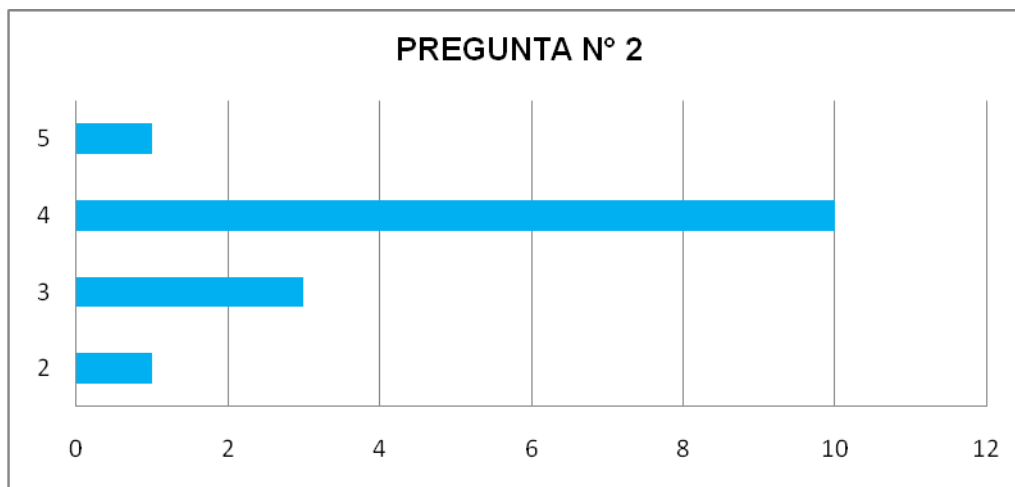


Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta uno (1) es SATISFACTORIA con una calificación de 4,00



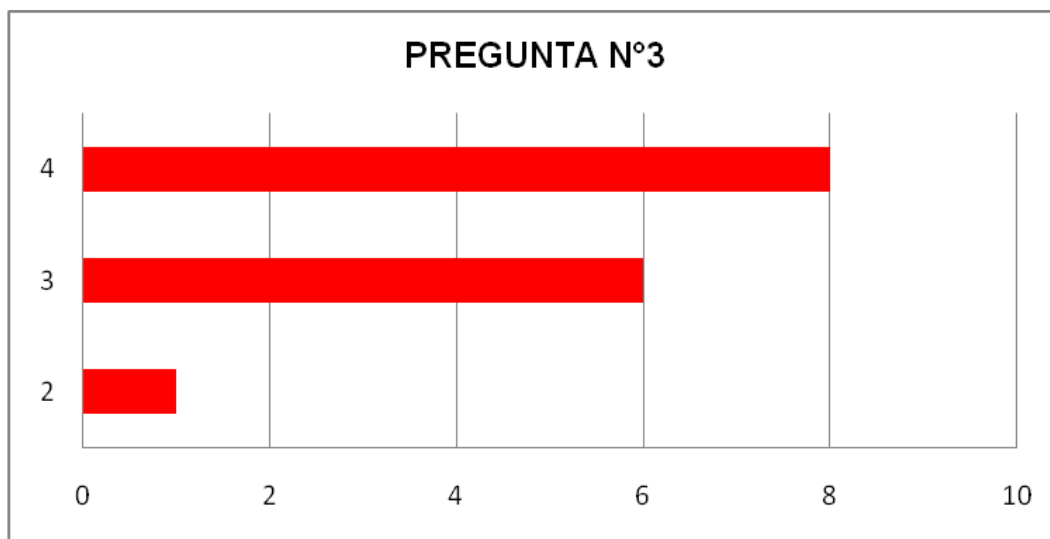
MEDIOS DE COMUNICACIÓN				
2.¿LA ENTIDAD UTILIZA MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE PERMITAN A LA CIUDADANA EL EJERCICIO DEL CONTROL CIUDADANO A TRAVÉS DE LA OBSERVACION, ENTENDIMIENTO Y EVALUACION DE LAS DECISIONES DE LOS SERVIDORES?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
2	1	6,67%	0,13	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 2, así como los porcentajes, para este caso 1 encuestados de la pregunta 2 marcaron 2, esto representa el 6,67% de los 15 encuestados
3	3	20,00%	0,60	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 2, así como los porcentajes, para este caso 3 encuestados de la pregunta 2 marcaron 3, esto representa el 20% de los 15 encuestados
4	10	66,67%	2,67	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 2, así como los porcentajes, para este caso 10 encuestados de la pregunta 2 marcaron 4, esto representa el 66,67% de los 15 encuestados
5	1	6,67%	0,33	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 2, así como los porcentajes, para este caso 1 encuestados de la pregunta 2 marco 5, esto representa el 6,67% de los 15 encuestados
	15	100,00%	3,73	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 3,73 puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta dos (2) es SATISFACTORIA con una calificación de 3,73

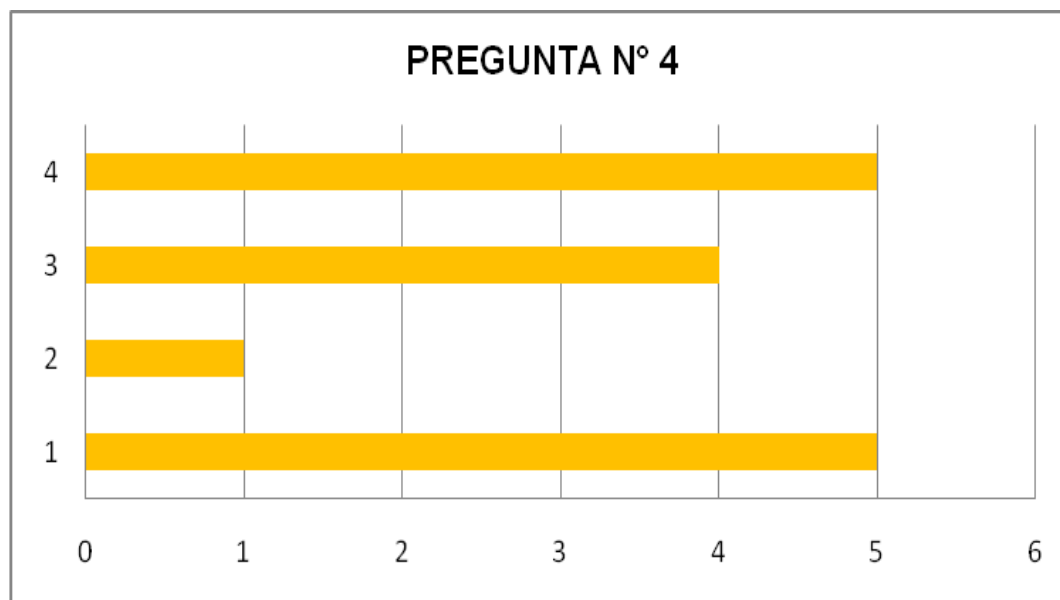
MEDIOS DE COMUNICACIÓN				
3.¿LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS APROVECHAN LOS RECURSOS EXISTENTES EN LA ENTIDAD?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
2	1	6,67%	0,13	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 3, así como los porcentajes, para este caso 1 encuestados de la pregunta 3 marcaron 2, esto representa el 6,67% de los 15 encuestados
3	6	40,00%	1,20	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 3, así como los porcentajes, para este caso 6 encuestados de la pregunta 3 marcaron 3, esto representa el 40% de los 15 encuestados
4	8	53,33%	2,13	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 3, así como los porcentajes, para este caso 8 encuestados de la pregunta 3 marcaron 4, esto representa el 53,33% de los 15 encuestados
	15	100,00%	3,47	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 3,47 puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta tres (3) es **SATISFACTORIA** con una calificación de 3,47

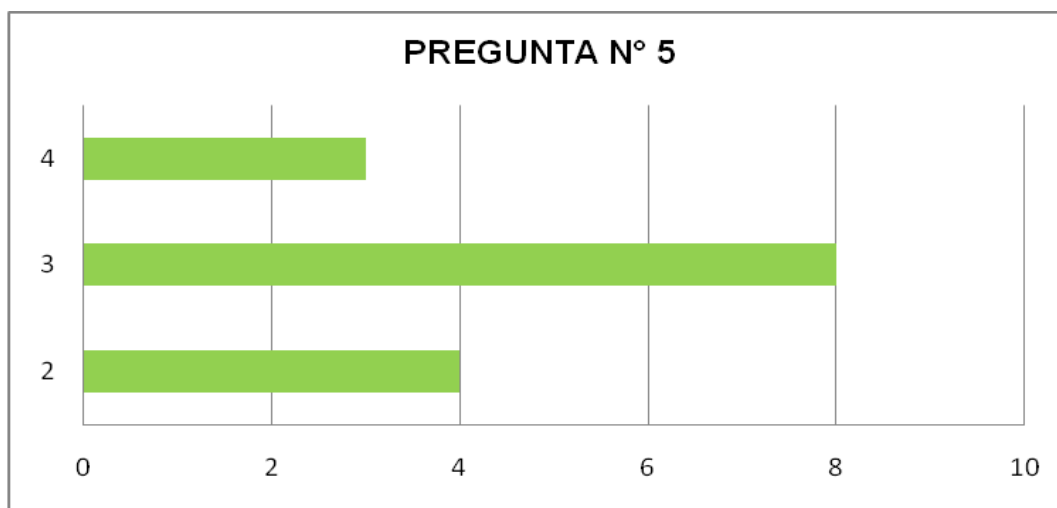
MEDIOS DE COMUNICACIÓN				
4¿ A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE OBTIENE RETROALIMENTACION QUE GENERE UNIDAD DE CRITERIO O DE MEJORAMIENTO?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
1	5	33,33%	0,33	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 4, así como los porcentajes, para este caso 5 encuestados de la pregunta 4 marcaron 1, esto representa el 33,33% de los 15 encuestados
2	1	6,67%	0,13	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 4, así como los porcentajes, para este caso 1 encuestados de la pregunta 4 marcaron 2, esto representa el 6,67% de los 15 encuestados
3	4	26,67%	0,80	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 4, así como los porcentajes, para este caso 4 encuestados de la pregunta 4 marcaron 3, esto representa el 26,67% de los 15 encuestados
4	5	33,33%	1,33	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 4, así como los porcentajes, para este caso 5 encuestados de la pregunta 4 marcaron 4, esto representa el 33,33% de los 15 encuestados
	15	100,00%	2,60	El resultado de la pregunta es deficiente con un resultado de 2,60 puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta cuatro (4) es DEFICIENTE con una calificación de 2,60

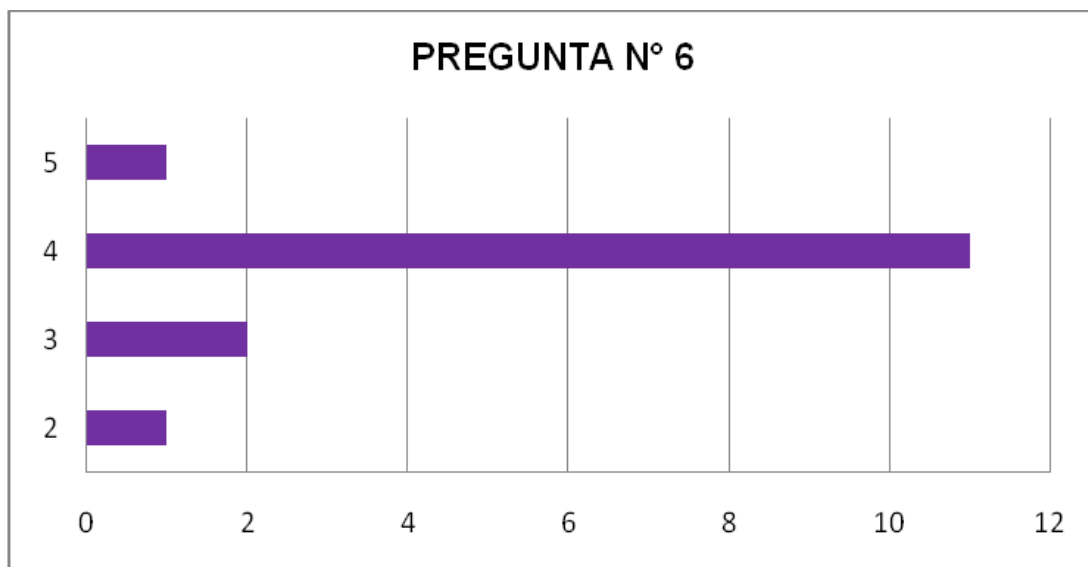
MEDIOS DE COMUNICACIÓN				
5.¿LA COMUNICACIÓN CONTRIBUYE A CREAR UN CLIMA ORGANIZACIONAL DE CONFIANZA BRINDANDO INFORMACION OPORTUNA EVITANDO EL RUMOR, MANIPULACION Y DISTORCION DEL MENSAJE?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
2	4	26,67%	0,53	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 5, así como los porcentajes, para este caso 4 encuestados de la pregunta 5 marcaron 2, esto representa el 26,67% de los 15 encuestados
3	8	53,33%	1,60	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 5, así como los porcentajes, para este caso 8 encuestados de la pregunta 5 marcaron 3, esto representa el 53,33% de los 15 encuestados
4	3	20,00%	0,80	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 5, así como los porcentajes, para este caso 3 encuestados de la pregunta 5 marcaron 4, esto representa el 20% de los 15 encuestados
	15	100,00%	2,93	El resultado de la pregunta es deficiente con un resultado de 2,93puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta cinco (5) es DEFICIENTE con una calificación de 2,93

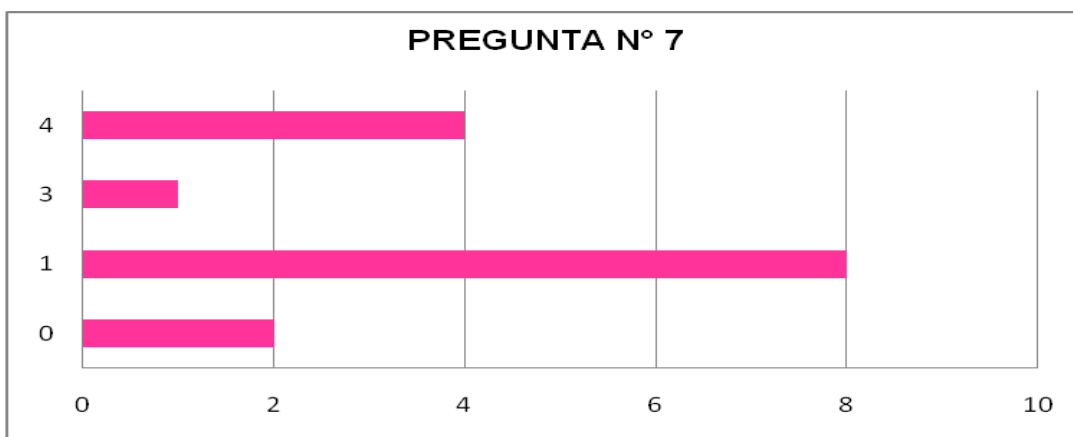
MEDIOS DE COMUNICACIÓN				
6.¿LA COMUNICACIÓN PERMITE A LOS SERVIDORES A LA CIUDADANIA Y A LOS ORGANOS DE CONTROL Y VIGILANCIA ACCEDERA INFROMACION ADECUADA, TRANSPARENTE Y VERAZ?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
2	1	6,67%	0,13	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 6, así como los porcentajes, para este caso 1 encuestados de la pregunta 6 marcaron 2, esto representa el 6,67% de los 15 encuestados
3	2	13,33%	0,40	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 6, así como los porcentajes, para este caso 2 encuestados de la pregunta 6 marcaron 3, esto representa el 13,33% de los 15 encuestados
4	11	73,33%	2,93	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 6, así como los porcentajes, para este caso 11 encuestados de la pregunta 6 marcaron 4, esto representa el 73,33% de los 15 encuestados
5	1	6,67%	0,33	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 6, así como los porcentajes, para este caso 1 encuestados de la pregunta 6 marcaron 5, esto representa el 6,67% de los 15 encuestados
	15	100,00%	3,80	El resultado de la pregunta es satisfactorio con un resultado de 3,80 puntos



Frecuencia

Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta seis (6) es SATISFACTORIO con una calificación de 3,80

MEDIOS DE COMUNICACIÓN				
7. ¿EN LA ENTIDAD HAY UN PLAN ESTRATEGICO DE COMUNICACIONES QUE CONLLEVE LA ADECUADA EXSTENCIA Y UTILIZACION DE MEDIOS DE CARÁCTER INTERNOY/O EXTERNO?				
VALOR	FRECUENCIA	FRECUENCIA RELATIVA(%)	VALOR PARCIAL	OBSERVACION
0	2	13,33%	0,00%	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 7, así como los porcentajes, para este caso 2 encuestados de la pregunta 7 marcaron 0, esto representa el 13,33% de los 15 encuestados
1	8	53,33%	53,33%	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 7, así como los porcentajes, para este caso 8 encuestados de la pregunta 7 marcaron 1, esto representa el 53,33% de los 15 encuestados
3	1	6,67%	20,00%	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 7, así como los porcentajes, para este caso 1 encuestados de la pregunta 7 marcaron 3, esto representa el 6,67% de los 15 encuestados
4	4	26,67%	106,67%	Muestra el número de veces que ha ocurrido el valor de la pregunta 7, así como los porcentajes, para este caso 4 encuestados de la pregunta 7 marcaron 4, esto representa el 26,67% de los 15 encuestados
	15	100,00%	1,80	El resultado de la pregunta es inadecuado con un resultado de 1,80 puntos



Por lo anterior, se interpreta que el resultado de la pregunta siete (7) es **INADECUADA** con una calificación de 1,80

En forma General, los **Medios de Comunicación** en la Contraloría General del Departamento de Sucre alcanzó un resultado —SATISFACTORIO, lo que equivale a una calificación de 3,20/ 5.0

#### 1.5.4.4 ANÁLISIS GENERAL

El resultado general del Diagnóstico a la Comunicación Pública es SATISFACTORIO lo cual es expresión de que en la Contraloría General del Departamento de Sucre existe una aplicación y avance de dicho componente. No obstante se identificaron algunas debilidades que ameritan formular un Plan de mejora, que a la postre ellas mismas se conviertan en fortalezas de la Entidad.

#### 1.5.4.5 CONCLUSIONES

- ✚ El Índice de Percepción Interna de la Comunicación presenta avances significativos en la articulación de los principios y acciones para lograr el propósito misional
- ✚ Los resultados positivos reflejan una entidad con notables avances en sus procesos comunicativos desde el punto de vista de la percepción de los servidores públicos.
- ✚ Los resultados menos positivos están focalizados en los medios de comunicación. Es necesario mejorar los medios institucionales para la interlocución, buscando fortalecer el trabajo colaborativo y mejorar sensiblemente los procesos externos e internos de producción y circulación de la información, y la retroalimentación con los clientes y parte interesada

#### 1.5.4.6 RECOMENDACIONES

- ✚ Formular el Plan Estratégico de Comunicación Pública para el periodo 2014-2015, el cual se constituya a la vez en un Plan de mejoramiento de la comunicación, donde se proponga como meta sostenida el de elevar la calificación general en **4.1** puntos porcentuales.
- ✚ Mejorar el liderazgo en el desarrollo de la Comunicación Pública de la entidad.
- ✚ Promover un proceso de reflexión en el nivel directivo sobre el trabajo colaborativo y las relaciones de comunicación entre áreas, con el propósito de que de esta reflexión surjan propuestas concretas para implementar un programa interno que trabaje sobre este tema.
- ✚ Revisar el Programa de rendición de cuentas a la sociedad buscando una mayor cobertura y capacidad de llegada al conjunto de la población.



- + Mejorar o implementar el programa de rendición de cuentas por Internet.
- + Implementar una campaña orientada a la sociedad de posicionamiento de la Entidad y de promoción de los servicios que ofrece al ciudadano
- + Aplicar las encuestas de satisfacción con el fin de retroalimentarnos con nuestros clientes y parte interesada para lograr el mejoramiento continuo de nuestros procesos y fortalecer el ejercicio del control fiscal

## **1.6 APLICACIÓN DEL MANUAL DE COMUNICACIÓN PÚBLICA Y GERENCIA DEL SERVICIO**

El presente Plan Estratégico de Comunicación, tiene como objetivo institucionalizar la comunicación en la Contraloría General del Departamento de Sucre como un proceso estratégico transversal a su estructura organizacional, a sus prácticas informativas y a la manera como da cumplimiento al principio constitucional de publicidad y de Rendición de Cuentas a la sociedad.

## **1.7 POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN**

### **1.7.1 POLÍTICA GENERAL DE COMUNICACIÓN**

Con el fin de garantizar el logro de los propósitos misionales y la transparencia de la administración, y de construir confianza en todos sus públicos, la comunicación la Contraloría General del Departamento de Sucre tendrá un carácter estratégico y estará orientada al fortalecimiento de la identidad institucional y de la disposición organizacional para la apertura, la interlocución y la visibilidad. Para ello, las acciones comunicativas se efectuarán según los parámetros que se establezcan y el manual de comunicación de la entidad.

### **1.7.2 POLÍTICAS ESPECÍFICAS DE DIRECCIÓN**

#### **1.7.2.1 CARÁCTER DE LA COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL**

La comunicación organizacional estará orientada a la construcción de sentido de pertenencia, visión compartida, y al establecimiento de relaciones de diálogo y colaboración entre directivos y funcionarios, con el fin de posibilitar una sana interacción entre todos los públicos.

### **POLÍTICAS OPERATIVA 1.**



*La comunicación debe contribuir a crear condiciones para la participación de los funcionarios en la realización de la gestión en sus respectivas áreas y al desarrollo de los objetivos misionales.*

**Lineamiento de política 1:** Las decisiones tomadas por el Contralor y la alta Dirección serán comunicadas oportunamente a los funcionarios a través de los medios que permitan su adecuada difusión y retroalimentación.

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- La difusión de las decisiones del Contralor y la Alta Dirección de interés para todos los funcionarios se hará por medio de reuniones, Web, carteleras, Correos electrónicos, memorandos, circulares internas, o boletín interno.
- Cuando la información interese sólo a un Área específica, el Jefe respectivo la difundirá oportunamente a los funcionarios a su cargo.

**Lineamiento de política 2:** Para generar sentido de pertenencia con los funcionarios a su cargo, los directivos desarrollarán un estilo de comunicación tendiente a fortalecer la identidad institucional y la visión compartida.

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- Los directivos se reunirán cada mes con los funcionarios de su dependencia, con el propósito de conversar sobre aspectos específicos de la dependencia, y fomentar, de este modo, el diálogo y la confianza sobre el desarrollo de los procesos institucionales. Las reuniones se harán en el marco de los comités operativos, los círculos de calidad, y las mesas de trabajo.
- Con el objetivo de mejorar el ambiente laboral y fortalecer el clima organizacional en la Contraloría, los directivos programarán lecturas de los Códigos de Ética y Buen Gobierno.

**Lineamiento de política 3:** Para mejorar las interacciones comunicativas de los funcionarios entre sí y con los diferentes públicos de la Contraloría General del Departamento de Sucre, se desarrollarán sus habilidades y competencias comunicativas estratégicas.

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- Con el propósito de mejorar el desarrollo de los procesos internos, los directivos promoverán y propiciarán el trabajo en equipo en su dependencia y con los funcionarios de otras áreas.
- Con base en los recursos disponibles y el apoyo de entidades expertas en el área de comunicación, el área de gestión administrativa integral, realizará jornadas durante el año sobre el desarrollo de competencias comunicativas estratégicas. De esa forma, se busca mejorar la capacidad de escucha, argumentación y deliberación de los funcionarios.
- En el cumplimiento de sus funciones diarias, los directivos y funcionarios deberán practicar un estilo de comunicación incluyente, de respeto por las ideas y argumentos ajenos, que contribuyan al diálogo y al entendimiento.
- La Jefe de gestión administrativa integral, actualizarán una vez al año a los funcionarios en el uso y conocimiento de herramientas de información, normas de archivo, con el fin de familiarizarlos con sus ventajas y el aporte que hacen al desarrollo de la gestión institucional.

## **POLÍTICAS OPERATIVA 2.**

*Para consolidar su adecuado posicionamiento en la sociedad sucreña como Ente de Control Fiscal, la Contraloría implementará una estrategia de construcción de identidad corporativa y de proyección de su imagen institucional.*

**Lineamiento de política 1:** Con el propósito de construir identidad corporativa, todas las comunicaciones, publicaciones y presentaciones de la Contraloría se harán de acuerdo con el Manual de comunicación pública y procedimientos de Gestión de correspondencia y elaboración de documentos oficiales.

## **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- La oficina de Control interno , jefes de área, funcionario responsable de la unidad de archivo y correspondencia, y las Secretarías, estarán al tanto de que la papelería y los documentos producidos en la Entidad se ciñan a las pautas del Manual de Comunicación y del

proceso de gestión de correspondencia y elaboración de documentos oficiales

- La información oficial y los documentos públicos generados en la Contraloría deberán seguir las pautas de presentación e identificación del Manual de comunicaciones y procedimientos de gestión de correspondencia y elaboración de documentos oficiales.

### **1.7.2.2 LA INFORMACIÓN ES UN BIEN COLECTIVO**

Siendo la información un bien colectivo indispensable para el conocimiento de los procesos internos y la realización del trabajo, se fomentará su producción y circulación fluida a todos los niveles mediante la implementación de sistemas de información y de procesos que garanticen su adecuado flujo.

#### **POLÍTICAS OPERATIVAS 1.**

*Para reducir el rumor, la incertidumbre y la mala interpretación que resultan de la información que proviene de los medios informales, en la CGDS se garantizará la circulación formal de la información en todos los niveles*

**Lineamiento de política 1:** Todos los funcionarios deberán actuar con integridad en el cumplimiento de sus funciones, y estar abiertos a transmitir o solicitar oportunamente la información para el desarrollo de los procesos en su dependencia o en las demás Áreas de la Institución.

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- Es responsabilidad de todos los servidores públicos con personal a cargo, verificar que los integrantes de su equipo de trabajo reciban y comprendan la información que la CGDS genera y suministra para el desempeño eficiente de sus funciones y el logro de los objetivos institucionales.
- Los directivos deben transmitir a los conductos regulares las consultas, opiniones, sugerencias y propuestas de su equipo de trabajo respecto a la información ofrecida, y hacer seguimiento para garantizar que la dependencia competente asuma posición en forma oportuna y su pronunciamiento llegue a los colaboradores que originaron el proceso comunicativo.

- Cuando la información sea personal, cada directivo la transmitirá a los interesados en forma directa o mediante reuniones; cuando sea de carácter laboral, lo hará a través de correo electrónico, memorando interno o reuniones informativas.
- Las decisiones tomadas por la alta dirección serán divulgadas mediante memorandos, circulares, reuniones, correo electrónico institucional.

## **POLÍTICAS OPERATIVAS 2.**

*El manejo y la distribución de información en todos los niveles de la Contraloría se hará de manera clara, veraz y oportuna, de tal forma que se den las condiciones para la sana discusión y el desarrollo de una gestión fiscal transparente y visible a la ciudadanía.*

**Lineamiento de Política 1:** Los directivos deben transmitir oportunamente la información de interés laboral a todos los funcionarios de su respectiva área, y velar porque llegue a todos, sin distingo alguno.

## **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- La información deberá difundirse oportunamente y por el medio más conveniente.
- Por ningún motivo, excepto fuerza mayor, los directivos delegarán la divulgación de información de interés laboral en algún funcionario.
- Cuando la información sea de carácter organizacional y esté relacionada con aspectos lúdicos y recreativos, el directivo podrá delegar a algún funcionario para que la difunda.

**Lineamiento de Política 2:** *Dentro de una sana discusión y con el objetivo de mejorar la gestión institucional, los funcionarios de cada una de las áreas podrán hacer propuestas sobre el desarrollo de la gestión y proponer mejoras alternativas para mejorar el desarrollo de la misión Institucional.*

## **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- En la perspectiva del mejoramiento continuo, los directivos promoverán la discusión de temas de interés general, que permita a

los funcionarios hacer propuestas sobre el desarrollo de los procesos internos. Las reuniones se harán en el marco de los círculos de calidad y las mesas de trabajo.

- Los funcionarios podrán solicitar al jefe inmediato la realización de reuniones para analizar irregularidades que afecten el desarrollo de la gestión interna o aún la gestión institucional.

**Lineamiento de Política 3:** *En la Contraloría se promoverá la sistematización y protección de la información para generar memoria institucional y capitalizar el conocimiento y las experiencias adquiridas en el desarrollo de la gestión.*

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- Con el fin de tener material para la publicación del Boletín prensa cada mes el Asesor de la oficina de planeación con el apoyo de la oficina Jurídica, recopilará las normas y leyes jurídicas aplicables al control fiscal vigentes. El Contralor seleccionará y revisará el boletín.
- El profesional universitario de las TICS, realizara copias de seguridad cada 3 meses en todas las áreas con el fin de conservar la información de la entidad
- El jefe del área de control fiscal y auditoria, deberá escanear los informes de auditoría y sus soportes una vez se termine cada proceso auditor
- los funcionarios responsables de llevar los procesos de responsabilidad fiscal y jurisdicción coactiva, deberán escanear mensualmente los procesos de responsabilidad fiscal y jurisdicción coactiva e ir actualizando las actuaciones. El jefe de Responsabilidad Fiscal vigilara que se mantenga el archivo magnético actualizado por proceso con las últimas actuaciones.
- El Subcontralor deberá escanear las denuncias y sus anexos una vez se produzca la respuesta de fondo.
- El funcionario asignado como coordinador proceso auditor deberá entregar a la oficina de control fiscal y auditorias el informe final, papeles de trabajo, la matriz EFG, soportes en medio magnético, a

más tardar dentro de los cinco(5) días hábiles siguientes de finalizado el proceso auditor.

- El funcionario asignado como coordinador tramite de denuncias deberá entregar a Despacho del Subcontralor el informe final, papeles de trabajo, soportes en medio magnético, a más tardar dentro de los cinco(5) días hábiles siguientes de finalizado el trámite de la denuncia
- Los funcionarios que reciban capacitación deberán presentar un informe de la capacitación recibida y retroalimentar a todos los funcionarios de la CGDS a más tardar dentro del mes (30) días siguientes a su retorno al ente de control, el jefe de gestión administrativa integral velara por el cumplimiento.

#### **POLÍTICAS OPERATIVAS 5.**

*En concordancia con el Plan Estratégico, la CGDS publicará en su página Web y en SECOP sobre apertura de licitaciones y la consecución de contratos de cualquier índole.*

**Lineamiento de política 1:** Se informará a todos los oferentes, de manera amplia y suficiente, las razones técnicas, económicas y legales que conduzcan a la toma de decisiones en los procesos de adjudicación de contratos.

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- A través de la página Web y el secop, la CGDS promoverá la realización de un pacto ético con cada uno de sus proveedores, en el que esté presente la transparencia como principio básico de la contratación de insumos y servicios.
- En cumplimiento de la normatividad vigente, la celebración, ejecución y liquidación de contratos será responsabilidad del Contralor o de quien él delegue, y estarán a la vista de las veedurías y la ciudadanía por medio de la página Web.
- El Comité de Ética de la Contraloría General del Departamento de Sucre velará porque sea una constante la transparencia en las actuaciones de los funcionarios en los procesos de contratación y en

la administración de los bienes públicos. Deberá informar al Contralor las irregularidades que se presenten.

- El Jefe Asesor jurídico publicará y actualizará la información correspondiente al Plan de Compras, las licitaciones y la apertura de contratos.

**Lineamiento de política 2:** El procesamiento de la información sobre los resultados *parciales y generales de la gestión fiscal institucional, será responsabilidad del Despacho del Subcontralor, la oficina asesora de planeación y de la asesora del despacho*

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- La difusión a los medios de comunicación de los resultados de la gestión de control fiscal de la Contraloría se hará periódicamente, según la producción de información, y a través de ruedas de prensa, entrevistas, pagina web, programa contraloría en acción y boletines de prensa.
- El Subcontralor verificara la publicación en la página Web del trámite respectivo para quejas, denuncias y peticiones
- La Asesora de despacho recopilará la información relevante sobre la gestión de las áreas misionales y de apoyo y asesorará al Contralor sobre la pertinencia de la información que deba enviarse a los medios.
- El Despacho del Subcontralor y control social y atención a la participación ciudadana procesará la información y la distribuirá a los medios de comunicación que conforman la base de datos.
- De acuerdo con la importancia de los temas y en forma coordinada con el Contralor, el Subcontralor solicitará la convocatoria de ruedas de prensa.
- El Subcontralor deberá gestionar entrevistas para el Contralor y buscar su presencia en medios radiales y de televisión.
- Con el fin de tener material para el programa “*Contraloría en acción*” y para boletines de prensa en la página web. El Subcontralor con el apoyo del nivel directivo, realizara todos los meses un boletín de

prensa con los temas más relevantes y de impacto en el ejercicio de la vigilancia y el control fiscal de sus procesos misionales y de apoyo. El Contralor seleccionará y revisará el boletín.

**Lineamiento de política 3:** La Contraloría tendrá de voceros a los directivos para dar información específica o conceder entrevistas a los medios en reemplazo del Contralor, cuando por delegación o fuerza mayor éste no lo pueda hacer.

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- Se hará un listado de los directivos que en su criterio deben conformar el grupo de voceros.
- En el Plan de Capacitación se incluirá la formación de los Voceros Institucionales en manejo de medios.

#### **POLÍTICAS OPERATIVAS 6.**

*La capacitación permanente es un mecanismo que la Contraloría pondrá a disposición de los funcionarios sujetos de control para que mejoren en la interpretación de las normas fiscales, y logren, de este modo, administrar correctamente los bienes públicos y actuar con transparencia en todos los espacios de la administración pública.*

**Lineamiento de Política 1:** Los Foros de Participación Ciudadana y Pedagogía Fiscal son los espacios para materializar las necesidades que en materia de interpretación legal tienen los sujetos de control y las veedurías ciudadanas para el control fiscal.

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- De acuerdo con las directrices del Contralor, Despacho del Subcontralor y control social y atención a la participación ciudadana programarán la realización de los foros.
- Los organizadores de las Capacitaciones, previo estudio de las necesidades de actualización de los ciudadanos invitados a los foros, determinará los temas que deben exponerse.
- Se dará prioridad en la programación de los foros a los grupos y entidades auditadas donde se presenten más hallazgos, por desconocimiento de las normas fiscales.



### **1.7.2.3 POLÍTICA DE DIRECCIÓN. “APERTURA Y VISIBILIDAD EN LA COMUNICACIÓN CON LA CIUDADANÍA”**

La comunicación con la ciudadanía se hará en el marco del entendimiento de la administración pública como un servicio hacia la ciudadanía y en el ejercicio de los principios de publicidad y transparencia que deben tener los actos de los servidores públicos, a través de la pedagogía ciudadana, rendición de cuentas e informe de gestión a la sociedad, y la interacción permanente con otras entidades públicas y organizaciones de la sociedad civil, con el propósito de generar credibilidad y confianza en el cumplimiento de la misión institucional.

#### **POLÍTICAS OPERATIVAS 1.**

*En la Contraloría General del Departamento de Sucre la pedagogía ciudadana sobre control fiscal será una herramienta para la permanente difusión y comprensión de las normas fiscales y el quehacer de la organización.*

**Lineamiento de política 1:** La pedagogía ciudadana sobre control fiscal se materializará mediante los programas de capacitación y divulgación coordinados Subcontralor.

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- El Contralor General del Departamento de Sucre y los miembros del nivel directivo, realizaran programa “contraloría en acción”, varias veces al año, con el fin de realizar conversatorios sobre la misión de la Contraloría y el resultado de la gestión control fiscal. Dicha actividad será coordinada por el Subcontralor.
- El Subcontralor capacitará a jóvenes, líderes comunitarios, veedores, funcionarios públicos y organizaciones civiles, en temas de control fiscal, gestión pública y control ciudadano a través de seminarios, foros, talleres y conversatorios.
- El Subcontralor dictará talleres de sensibilización en los grados 9, 10 y 11 de instituciones educativas públicas del Departamento de Sucre, con el fin de inculcar en la población estudiantil el interés por los asuntos públicos y el control ciudadano. La meta es de 500

estudiantes al año; utilizando la figura de contralor estudiantil se busca incentivar el control social con el control fiscal participativo.

- Con el propósito de fortalecer el proceso de pedagogía ciudadana, la Contraloría General del Departamento de Sucre publicará constantemente textos pedagógicos (boletines de prensa, cartillas, informes, libros, etc.), cuyos contenidos serán suministrados por las diferentes dependencias de la entidad, para ser publicados en la página Web.

## **POLÍTICAS OPERATIVAS 2.**

*La Contraloría General del Departamento de Sucre reconoce la participación de la ciudadanía como pieza fundamental en el control fiscal participativo, para esto dispondrá permanentemente de un Sistema de Información, Denuncias, Quejas y peticiones que responderá las solicitudes de manera ágil y oportuna.*

**Lineamiento de Política 1:** la Contraloría General del Departamento de Sucre cuenta con un Sistema de Información, Quejas y Reclamos que le permite mantener una comunicación de doble vía con la comunidad para atender los requerimientos y necesidades de la ciudadanía y darles, de manera oportuna, el trámite pertinente.

## **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- La Contraloría General del Departamento de Sucre contará con los siguientes medios para recibir las solicitudes de la comunidad: página Web, línea gratuita, correo electrónico, buzón y atención personalizada en la oficina del Subcontralor
- Las respuestas a las quejas, denuncia, peticiones y sugerencias de los ciudadanos se darán personalmente a través de la Oficina de Subcontraloría, en forma escrita, vía Internet o línea telefónica.
- El proceso de quejas, denuncias y peticiones será administrado por el Despacho del Subcontralor y control social y atención a la participación ciudadana, y será responsable de garantizar que este procedimiento se lleve a cabo oportunamente.

- El Subcontralor deberá enviar en medio magnético en formato PDF la respuesta de fondo de denuncia, a más tardar dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su liberación a la profesional universitaria de las TICs. Para su publicación en la página web.

### **POLÍTICAS OPERATIVAS 3**

*La Contraloría implementará un programa de rendición de cuentas a la sociedad que posibilite la información oportuna de los resultados más importantes de la gestión fiscal de la Entidad.*

**Lineamiento de política 1:** El Programa de rendición de cuentas a la Comunidad Sucreña, será coordinado por el Despacho del Subcontralor y control social y atención a la participación ciudadana

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- La Contraloría Subcontraloría asesorará al Contralor sobre la oportunidad y el tipo de rendición de cuentas que debe efectuarse.
- La rendición de cuentas deberá hacerse en términos sencillos y en lenguaje entendible para la ciudadanía.

### **POLÍTICAS OPERATIVAS 4**

*La Contraloría promoverá la contraloría visible, y transparente, con el propósito de generar credibilidad y confianza en el cumplimiento de la misión institucional*

**Lineamientos de la política 1.** la Contraloría General del Departamento de Sucre cuenta con pagina web [www.contraloriasucre.gov.co](http://www.contraloriasucre.gov.co), que le permite dar a conocer los resultados de la gestión fiscal, políticas, orientaciones, presupuesto, contratos de la contraloría General del Departamento de sucre, normatividad, eventos, datos generales etc, de manera oportuna a nuestros clientes, parte interesada y comunidad Sucreña

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- El Profesional universitario de las será administrador de la pagina WEB de la Contraloría General del Departamento de Sucre y será responsable de garantizar la oportunidad en la publicación de la

información generada por la CGDS; de velar por la protección de la información; actualización de la página Web de acuerdo a los requerimientos de gobierno en línea, políticas de transparencia por Colombia y lineamientos de ministerio de las comunicaciones y de las tecnologías

- El jefe del área de control fiscal y auditorías deberá enviar en medio magnético en formato PDF el informe final de auditoría, a más tardar dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su liberación a la profesional universitaria de las TICs para su publicación en la página web.
- Todos los actos administrativos que dicten políticas de dirección, orientación, operativas, cambios de normatividad, se deben publicar en la página web por lo cual la profesional de las TICs debe coordinar con la secretaria del despacho del contralor y asesora de planeación, en forma semanal cuales han sido las actuaciones administrativas, generadas en la CGDS.
- Se deben publicar en la página web informes de planeación y gestión, información sobre el talento humano, Información sobre el proceso de control fiscal y auditorías, información sobre el proceso de responsabilidad fiscal y jurisdicción coactiva, información sobre proceso administrativo sancionatorio, publicidad sobre la selección del contralor, información sobre control interno y externo de la entidad políticas y medidas anticorrupción, información de la gestión financiera, información del servicio al ciudadano, funciones de advertencia y benéficos del control fiscal Por lo cual el profesional de las TICs será responsable de la publicación oportuna de los productos generados por la entidad, en coordinación con la oficina asesora de planeación, gestión administrativa integral, Despacho del Subcontralor, Despacho del Contralor, área de responsabilidad fiscal y jurisdicción coactiva, área de Control fiscal y Auditorías, Asesora del Despacho, Asesor Jurídico, funcionarios del área financiera integral. Y oficina de control interno.
- El profesional universitario de las TICs debe llevar un registro de las publicaciones mensuales, y tener un inventario de información publicable o registro de activos de información

- La profesional Universitaria de las TICs debe establecer y aplicar procedimientos de apertura de datos a la información publicada en el sitio web.
- El jefe de responsabilidad fiscal será responsable de enviar oportunamente el Boletín de responsables fiscales, a la profesional de las tics par su publicación
- El Profesional Universitario de presupuesto será responsable de enviar a la profesional universitario de las TICs, a más tardar el 15 de enero de cada vigencia fiscal el acto administrativo de liquidación de presupuesto, y en forma mensual las modificaciones, ejecución presupuestal, para su publicación.
- El Asesor de planeación, será responsable de enviar a la profesional universitaria de las tics, a más tardar el 28 de enero de cada año el plan anticorrupción y atención al ciudadano, para su publicación
- El jefe de la oficina de Control interno, será responsable de enviar a la profesional universitaria de las TICs el seguimiento al plan Anticorrupción y atención al ciudadano, en las siguientes fechas 31 de enero, 30 abril, 31 agosto, 31 diciembre de cada vigencia fiscal.
- El Subcontralor, será responsable de enviar a la profesional universitaria las funciones de advertencia generadas y el seguimiento de las mismas, una vez se genere el producto, para su publicación
- Los Jefes de los procesos de Responsabilidad Fiscal y Jurisdicción Coactiva, Control Fiscal y Auditorias y control social participativo serán responsables de enviar el informe beneficios del control fiscal dentro de los diez (10) días hábiles siguientes del mes vencido, a la asesora de despacho para su revisión y posterior publicación.

#### **1.7.2.4 POLÍTICA DE DIRECCIÓN —INTERACCIÓN INFORMATIVA CON LOS ORGANISMOS DE CONTROL**

La interacción informativa de la Contraloría General del Departamento de Sucre con los organismos de control (Auditoría General de la República, Asamblea Departamental, Concejos Municipales, Procuraduría, Personerías o Contralorías) estará enmarcada por el respeto y el principio de la separación e independencia de las ramas del poder público, mediante la



comunicación veraz, oportuna y suficiente de los resultados de los procesos, a través de los canales oficialmente establecidos.

### **POLÍTICAS OPERATIVAS 1.**

*En el marco del respeto por el principio de separación e independencia de las ramas del poder público, la Contraloría General del Departamento de Sucre buscará garantizar la circulación fluida y oportuna de información hacia los órganos de control para lo de su competencia.*

**Lineamiento de política 1:** La comunicación con los Órganos de Control deberá estar enmarcada en los principios de oportunidad, transparencia, independencia, eficiencia y autonomía.

### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- La relación de la Contraloría General del Departamento de Sucre, con los demás Órganos de Control deberá ser respetuosa de la autonomía de cada uno de ellos, pero clara en sus planteamientos, buscando de esta manera fortalecer la imagen institucional.
- Se propenderá por la distinción de funciones y el respeto por las competencias de cada uno de los Órganos de Control.
- La rendición de cuentas administrativa es un deber ético y legal de la Contraloría General del Departamento de Sucre, por tanto será el mecanismo para informar sobre su gestión a los Órganos de Control.

### **1.7.2.5 POLÍTICA DE DIRECCIÓN “INTERACCIÓN INFORMATIVA CON LOS ENTES SUJETOS DE CONTROL”**

La interacción informativa de la contraloría con los entes sujetos de control se basará en el respeto, la independencia, la objetividad y la oportunidad; se desarrollará conforme a la ley y a través de los canales establecidos por la entidad.

### **POLÍTICAS OPERATIVAS 1.**

*Con total respeto por la independencia de las entidades y personas sujetas a control fiscal, la Contraloría General del Departamento de Sucre solicitará y entregará, sin excepción, la información necesaria para aplicar en forma*

*oportuna y eficiente el control fiscal a los sujetos y puntos bajo su jurisdicción.*

**Lineamiento de política 1:** La comunicación con las entidades sujetas de Control deberá hacerse en forma oportuna, respetuosa y clara, y con base en los principios de transparencia y eficiencia.

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- El Nivel Directivo, con el apoyo del Grupo de trabajo, estará al tanto de que la comunicación con todas los sujetos y puntos de control fiscal sea fluida y en buenos términos, con el fin de cumplir eficientemente la misión institucional. En caso de que se presenten problemas, el Jefe de Gestión Administrativa integral organizará talleres de sensibilización con los funcionarios responsables de comunicarse con los sujetos y puntos de control, buscando mejorar su actitud y su receptividad.
- En todo momento deberá propenderse por el logro de una comunicación oportuna, respetuosa y objetiva con los sujetos de control, que permita la consecución de los informes necesarios.
- La entrega de información a los sujetos de control deberá hacerse por medio de los conductos y siempre con base en lo establecido en procedimientos de correspondencia y procedimientos para elaborar documentos oficiales, el Manual de Comunicación Pública.
- Los sujetos de control fiscal deberán recibir capacitación sobre rendición de cuentas y otros temas afines a la administración pública. La Contraloría lo hará por medio de Foros y capacitaciones.
- Aprovechar los espacios donde la Contraloría se contacta con los sujetos de control, para evaluar la calidad de la interacción con ellos y mejorar de este modo, los niveles de confianza y satisfacción por nuestros servicios.

**Lineamiento de política 2:** La solicitud de información a las entidades sujetas de control deberá ser respetuosa, oportuna, clara y estará basada en los principios de transparencia y eficiencia.

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- Los funcionarios de la Contraloría que interactúen con los Sujetos de Control deberán aplicar en sus actuaciones el Código de Ética de la Institución.
- Por ningún motivo los funcionarios deberán mostrar una actitud hostil en sus relaciones con los Sujetos de Control.
- La Contraloría General del Departamento de Sucre, publicará, divulgará y sensibilizará al 100% de las entidades auditadas, los parámetros y contenidos de la resolución que reglamenta la rendición de la cuenta.

## **POLÍTICAS OPERATIVAS 2**

El Desarrollo del proceso Auditor se realizará en forma técnica, objetiva e independiente.

**Lineamiento de política 1:** La ejecución de la Auditoría, en sus diferentes modalidades, deberá estar ajustada a las metodologías prescritas por la Contraloría General del Departamento de Sucre y la obtención de la información, como insumo básico tendrá como soporte los lineamientos establecidos por la ley.

## **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- La Contraloría General del Departamento de Sucre, previo a la iniciación de la auditoría, comunicará a la entidad auditada el programa a desarrollar.
- El equipo auditor planificará los encuentros necesarios para discutir y sustentar técnicamente las observaciones de auditoría .
- Para agilizar la búsqueda y entrega de la información necesaria para el ejercicio fiscalizador, el equipo de auditoría se apoyará permanentemente en el funcionario que actúa como enlace institucional

**Lineamiento de política 2:** la Contraloría General del Departamento de Sucre comunicará al ente auditado los resultados a través de los medios oficiales establecidos para tales fines.



#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- La Contraloría General del Departamento de Sucre entregará un informe preliminar del ejercicio fiscalizador a través de correo electrónico institucional y correo certificado.
- El órgano de control otorgará al ente auditado un plazo de cinco (5) días hábiles siguientes al recibido, para que ejerza el derecho de contradicción del informe, dejando constancia escrita.
- Agotados los términos establecidos, la Contraloría General del Departamento de Sucre, hará entrega oficial del resultado final de la auditoría al representante legal de la entidad, por medio de correo electrónico institucional y correo certificado.
- Con el propósito de promover el incremento de la eficiencia y la eficacia en la entidad auditada, la Contraloría General del Departamento de Sucre, suscribirá los planes de mejoramiento que fuesen necesarios como resultado del ejercicio auditor.

#### **1.7.2.6 POLÍTICA DE DIRECCIÓN. “VOCERÍAS INSTITUCIONALES”**

La Contraloría General del Departamento de Sucre tendrá como voceros institucionales en los temas estratégicos de su gestión sobre los cuales deba expresarse ante los medios y ante los diferentes auditorios y escenarios, a la cabeza visible de la Entidad como legitimador oficial de la información y las noticias generadas en la organización o en quien el jefe del órgano de control delegue.

#### **POLÍTICA OPERATIVA 1.**

*Todo pronunciamiento o intervención de origen institucional deberá ser consecuente con la filosofía de la organización donde se reflejen los valores, los principios, la misión y el carácter proactivo de la entidad, citando las fuentes que originan la información, cuando ello fuere necesario.*

**Lineamientos de política 1** La Contraloría General del Departamento de Sucre, tendrá como legitimadora de la información a la cabeza visible de la entidad o en su defecto a quien ella delegue de acuerdo con el tema a tratar.

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- Toda comunicación deberá ser aprobada y autorizada por el Contralor General del Departamento de Sucre.
- En temas particulares como medio ambiente, estado de las finanzas, participación ciudadana, Deuda Pública etc; el Contralor podrá delegar al funcionario competente para que rinda declaraciones o entregue la información requerida bien sea a la comunidad o a los medios masivos de comunicación.
- En temas internos y en el manejo de personal, el Contralor podrá delegar la vocería en el Jefe de Gestión Administrativa Integral.

#### **1.7.2.7 POLÍTICA DE DIRECCIÓN. “RELACIONES CON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN”**

La relación de la Contraloría General del Departamento de Sucre con los medios de comunicación tendrá carácter institucional y estará basada en principios de veracidad, libertad y publicidad, mediante la convocatoria permanente a ruedas de prensa, emisión de boletines de prensa, conversatorios, entrega de publicaciones técnicas con la información de interés para los medios y la presencia de la organización en los medios a través de mensajes de pedagogía ciudadana.

#### **POLÍTICA OPERATIVA 1:**

El interés de la Contraloría General del Departamento de Sucre, por difundir ante los medios de comunicación la gestión fiscal y la información de interés general es un objetivo permanente del organismo de control fiscal.

**Lineamiento de política 1:** El Despacho del Contralor General del Departamento de Sucre y el Subcontralor serán los encargados de coordinar la difusión de los resultados de la gestión.

#### **ORIENTACIONES OPERATIVAS:**

- La Subcontraloría será el puente que une a la Entidad con los medios masivos de comunicación y para la divulgación de la información institucional.

- La Subcontraloría, la Asesora del despacho del contralor o quien delegue el contralor editará todo tipo de información, como informes especiales, documentos técnicos, textos, boletines de prensa, comunicados, avisos de prensa, mensajes para campañas, etc, de carácter oficial para ser entregada a los medios de comunicación.
- El Despacho del Contralor se nutre de los procesos misionales( control fiscal, responsabilidad fiscal y jurisdicción coactiva, control social participativo, sancionatorio) para la obtención final de los informes de auditoría, denuncias y los resultados de la labor fiscalizadora y en coordinación con la asesora del despacho, determina las prioridades para dar a conocer la información.

**Lineamiento de política 2:** Los mecanismos o canales para llegar a la comunidad y difundir a los medios de comunicación la información generada por el organismo de control serán: boletines, entrevistas personalizadas, edición de informes especiales, cartillas, textos, capacitaciones.

## **ORIENTACIONES OPERATIVAS**

- El Subcontralor, el jefe de Control fiscal y auditorias y el jefe del área de Responsabilidad Fiscal u otro funcionario que el contralor delegue emitirán boletines sobre asuntos relacionados con el quehacer fiscal. Así mismo y cuando se trate de información amplia en un solo tema, serán convocados los medios a rueda de prensa.
- A través de la Subcontraloría, se hará contacto permanente con los diferentes medios de comunicación para la oficialización de la posición de la Contraloría en temas de ciudad propios del control fiscal.
- El Subcontralor o quien delegue el contralor, editará la información escrita mediante cartillas, textos e informes especiales con contenidos técnicos y luego lo distribuirá a los medios masivos de comunicación.

## **POLÍTICA OPERATIVA 2:**

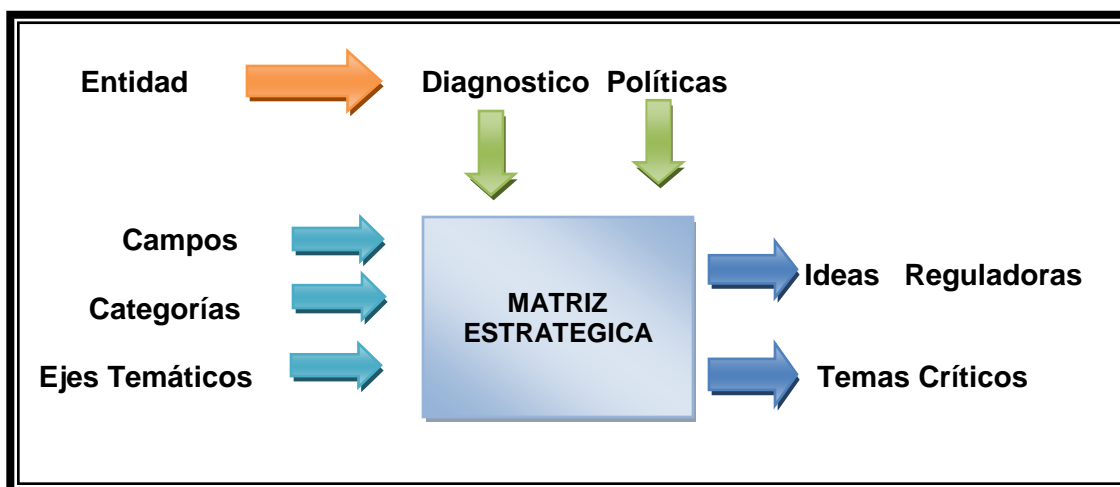
Las relaciones de la Contraloría General del Departamento de Sucre, con los medios masivos de comunicación serán de carácter institucional, y nunca afectadas por tendencias políticas o intereses particulares, sin privilegio

exclusivo de la información para ningún medio en especial. Estas relaciones estarán basadas en el respeto por los medios masivos de comunicación, la libertad, la publicidad, la imparcialidad y la autonomía de la entidad.

**Lineamiento de Política:** La Subcontraloría, deberá ser objetiva, oportuna y justa en la entrega de la información a los medios de comunicación.

## 1.8 MATRIZ ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN

El presente Plan Estratégico de Comunicación establece el mejoramiento de los niveles de apertura, interlocución y visibilidad de la CGDS, al tiempo que demarca cinco líneas de acción: el fomento de la receptividad, la construcción de visión compartida, la promoción del trabajo colaborativo, la socialización de la información y el desarrollo de la publicidad. Estos elementos, categorías y ejes temáticos, se integran en la construcción de una matriz estratégica, que contiene las ideas reguladoras que guían la comunicación en la entidad y los temas críticos o ruta crítica temática que deben ser desarrollados.



La matriz estratégica relaciona tres elementos de entrada —que están dados por el MCPOI para todas las entidades: *campos de actuación, categorías de análisis y ejes temáticos*—, con la información proporcionada por el diagnóstico y las políticas, —que son particulares de cada entidad—, para arrojar como resultado dos insumos básicos de cada plan de comunicación: las *ideas reguladoras* —que definen enfoques y contenidos para los mensajes que va a ser comunicados— y los *temas críticos* (ruta crítica temática) —que determinan los ejes temáticos en los cuales hay debilidades o fortalezas y formulan las hipótesis de cambio de las cuales se desprenden

los objetivos para los cuales será necesario diseñar estrategias que se traduzcan en acciones comunicativas concretas orientadas a mejorar las debilidades o a garantizarle sostenibilidad a las fortalezas detectadas en el diagnóstico.

### 1.8.1 IDEAS REGULADORAS

- Plantean los conceptos o criterios que le dan sentido la comunicación en la Contraloría General del Departamento de Sucre y expresan los imaginarios que se busca introducir en su cultura organizacional y, por consiguiente, en la manera de sentir, pensar y actuar de las personas. Buscan establecer normas, valores o ideales que orienten la intervención comunicativa.
- Se convierten en la guía para seleccionar, producir y articular un discurso coherente y que se refleje en cada una de las piezas, medios y formatos.
- Los conceptos que expresan son “ordenadores” de los comportamientos de las personas, esto quiere decir que ofrecen una comprensión del “deber ser” de una manera de hacer las cosas. Por consiguiente, de cada idea reguladora se desprenden múltiples mensajes que la aplican en diversas circunstancias y frente a diversos temas.
- Cada una de ellas es aplicable como concepto “ordenador” en todos los temas definidos para la ruta crítica temática.
- Se enuncian como axiomas o sentencias que de manera sintética y de fácil comprensión definen un concepto. En su aplicación debe tenerse cuidado de no reducirlas a eslóganes o frases imaginativas sin mayor profundidad.

Las siguientes son las ideas reguladoras para el Plan estratégico de comunicación 2014-2015

- **APERTURA E INTERLOCUCIÓN ORGANIZACIONAL, POTENCIAN EL CUMPLIMIENTO MISIONAL:** La Contraloría General del Departamento de Sucre, fomenta espacios y canales de diálogo, que permiten fortalecer la visión compartida y el trabajo colaborativo, en beneficio de los propósitos misionales.

- **TRANSPARENCIA ES GESTIÓN VISIBLE:** La Contraloría General del Departamento de Sucre, hace visible su gestión, a través de la rendición de cuentas que realiza ante la ciudadanía en general, los Organismos de Control, partes interesadas y clientes, sin restricciones de índole, política, religiosa, social, generando con ello confianza.
- **EI CONTROL SOCIAL PARTICIPATIVO FORTALECE EL EJERCICIO DEL CONTROL FISCAL Y HACE DEL CIUDADANO UN EVALUADOR DE LA GESTION:** La Contraloría General del Departamento de Sucre, concibe la información como un bien común, a través del cual se facilita el empoderamiento de la comunidad hacia los espacios de participación y se favorece el control social.
- **LA CAPACITACIÓN FISCAL FACILITA UN ADECUADO USO DE LOS BIENES Y RECURSOS PÚBLICOS.** La Contraloría General del Departamento de Sucre, promueve escenarios de pedagogía entre los sujetos de control y la ciudadanía, que permitan garantizar el buen uso de los recursos y la correcta interpretación y aplicación de las normas

### 1.8.2 RUTA CRÍTICA TEMÁTICA

- Prioriza y reordena los ejes temáticos en función del diagnóstico y de las políticas, estableciendo cuáles serán trabajados en el Plan de comunicación porque requieren de una acción de cambio.
- Cada uno de los temas de la ruta crítica temática, que se derivan de los ejes temáticos, ha sido formulado como una hipótesis de cambio, es decir, como un enunciado que establece una variable dependiente sobre la cual se espera lograr un resultado y una variable independiente que propone la acción que debe emprenderse para obtener ese resultado, con su correspondiente objetivo. De esta manera será posible, al evaluar los resultados, afectar la variable independiente y por consiguiente el objetivo, en procura de mayor precisión y eficacia de las estrategias diseñadas a partir de ese objetivo, sin tener que cambiar la variable dependiente cuando quiera que siga representando un tema crítico para la entidad.
- El itinerario demarcado por la ruta crítica temática aporta un orden de prioridades temáticas y unos enfoques para abordar esas prioridades.

Las siguientes son los temas críticos, con sus correspondientes hipótesis de cambio y objetivos para el Plan Estratégico de Comunicación.

## MATRIZ ESTRATÉGICA DE COMUNICACIÓN CONSOLIDADA

<p>Ideas Reguladoras</p> <p>Ruta Crítica Temática</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>■ Apertura e interlocución organizacional, potencian el cumplimiento misional</li> <li>■ Transparencia es gestión visible</li> <li>■ El control social participativo fortalece el ejercicio del control fiscal y hace del ciudadano un evaluador de la gestión</li> <li>■ La capacitación fiscal facilita un adecuado uso de los bienes y recursos públicos</li> </ul>
<p><b>PROMOCION DEL TRABAJO COLABORATIVO</b>  <b>HIPÓTESIS:</b> La conformación de redes de ayuda mutua, potencia las fortalezas de cada una de las dependencias de la Entidad, y genera visión compartida en torno a los propósitos misionales  <b>OBJETIVO:</b> Posicionar el trabajo colaborativo como una estrategia que potencia el cumplimiento de los objetivos institucionales y optimiza los recursos disponibles</p>	
<p><b>CONSTRUCCION DE VISION COMPARTIDA</b>  <b>HIPÓTESIS:</b> Hay visión compartida, cuando los servidores conocen y comparten los propósitos de la Entidad, y comprenden la importancia de su aporte, en el cumplimiento de la misión institucional  <b>OBJETIVO:</b> Garantizar la circulación de la información veraz, suficiente y oportuna, sobre la gestión institucional, a través de la formalización de canales y espacios formales para concertación de acuerdos y directrices organizacionales</p>	
<p><b>FOMENTO DE LA RECEPTIVIDAD</b>  <b>HIPOTESIS:</b> La entidad es receptiva cuando se implementan mecanismos de escucha sobre las demandas y quejas de los clientes internos y externos, y a su vez los utiliza como elementos de juicio para mejorar.  <b>OBJETIVO:</b> Incrementar la comunicación de percepciones, demandas, quejas y reclamos del cliente interno y externo hacia la Entidad, tomándolos como base para la mejora constante.</p>	
<p><b>SOCIALIZACION DE LA INFORMACION</b>  <b>HIPÓTESIS:</b> La difusión de la información sobre la función de la entidad y de su quehacer, facilita la participación ciudadana en la gestión pública, al promocionar los deberes y derechos de los ciudadanos, y los mecanismos para ejercer control social  <b>OBJETIVO:</b> Fortalecer el control social, a través de la difusión de los servicios que presta la Contraloría General del Departamento de Sucre y promocionando las herramientas de participación en la gestión vigilante de los bienes y recursos públicos.</p>	
<p><b>DESARROLLO DE LA PUBLICIDAD</b>  <b>HIPOTESIS:</b> La rendición de cuentas a la sociedad, a través de la entrega de la información de los resultados de su gestión, de manera clara, oportuna, transparente y suficiente, incrementa la visibilidad de la entidad y la confianza de sus clientes y partes interesadas.  <b>OBJETIVO:</b> Posicionar la Contraloría General del Departamento de Sucre como un organismo de control transparente y confiable en el cumplimiento de su función fiscalizadora</p>	

## 1.9 MATRIZ DE DISEÑO DE MENSAJES

La siguiente matriz ofrece un conjunto de opciones para la construcción de mensajes, de tal manera que cada uno de los que se produzcan esté desarrollando siempre el contenido de una idea reguladora en relación con alguno de los ejes temáticos establecidos por el MCPOI. Estas opciones sugieren el sentido que el mensaje debe tener, no su forma, por consiguiente no se trata de reproducirlas literalmente sino de adaptarlas al tema y contenido específico de cada pieza, pero respetando siempre el sentido que buscan expresar.

IDEA REGULADORA	TEMA CRITICO	MENSAJE
<p>APERTURA E INTERLOCUCIÓN ORGANIZACIONAL, POTENCIAN EL CUMPLIMIENTO MISIONAL</p>	<p>-Fomento de la Receptividad -Construcción de Visión compartida -Promoción del Trabajo colaborativo</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Escuchar el relato de los clientes internos y externos, significa identificar los aspectos que demandan mejoras.</li> <li>• Reconocer la importancia del aporte personal en el cumplimiento de los objetivos misionales, es un factor motivante para mejorar el desempeño.</li> <li>• Asumir prácticas de Trabajo Colaborativo, incrementa la efectividad, eficiencia y eficacia.</li> </ul>
<p>LA PARTICIPACIÓN EN EL CONTROL FISCAL HACE DEL CIUDADANO UN EVALUADOR DE LA GESTION.</p>	<p>Socialización de la información y desarrollo de la publicidad.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer la función de la Contraloría y los mecanismos de participación ciudadana, facilita el control social.</li> <li>• Un ciudadano bien informado sobre la gestión institucional, puede participar activamente en la vigilancia de los bienes y recursos públicos.</li> </ul>
<p>TRANSPARENCIA ES GESTION VISIBLE</p>	<p>Socialización de la información y desarrollo de la publicidad.</p>	<p>La permanente rendición de cuentas a la comunidad y a los organismos de control, significa transparencia y visibilidad de la gestión de la Entidad</p>
	<p>Socialización de la</p>	



LA PEDAGOGÍA FISCAL FACILITA UN ADECUADO USO DE LOS BIENES Y RECURSOS PÚBLICOS.	información y desarrollo de la publicidad.	A través de la pedagogía fiscal sobre los deberes y derechos de los ciudadanos, los mecanismos para ejercer control social, y los principales temas fiscales, se cualifica la vigilancia de la ciudadanía
---	--	---

### 1.10 PÚBLICOS O GRUPOS DE INTERÉS

Planear la comunicación desde una perspectiva estratégica requiere de un ejercicio cuidadoso de definición de los grupos de interés o públicos hacia los cuales estarán orientadas las acciones comunicativas. La comunicación es, básicamente, una interacción entre uno o más sujetos que intercambian un sentido, pero, cuando esa comunicación tiene como interlocutores a un sujeto institucional y un conjunto de actores sociales de diversas procedencias y condiciones y que además establecen nexos de interlocución diferenciados, unos más cercanos y accesibles, otros más distantes y de difícil acceso, es un complejo proceso en el cual se requiere caracterizar cada uno de esos públicos estableciendo con precisión su nivel de proximidad con el sujeto institucional que origina la comunicación.

- **Los grupos de interés** son aquellas poblaciones o públicos hacia los cuales se orienta la intervención comunicativa. Su identificación debe hacerse estableciendo su cercanía o distancia con el área de gestión administrativa integral, gestión financiera integral y el Equipo de Trabajo y la capacidad que tenga cada uno de ellos, a su vez, de incidir en los demás.

- La identificación de los grupos de interés es resultado del análisis de los públicos sobre los cuales se espera que tengan efecto las hipótesis de cambio contenidas en la ruta crítica temática.

Los siguientes son los públicos hacia los cuales se orientan la acción comunicativa del presente Plan, cada uno de ellos con su correspondiente descripción que especifica su nivel de importancia y sus principales características.

#### **GRUPOS DE INTERÉS DE LA CONTRALORÍA GENERAL DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE**

A continuación, se identifican y caracterizan los públicos con los cuales la Contraloría General del Departamento de Sucre, tiene contacto directo y permanente:

**DIRECTIVOS DE LA ORGANIZACIÓN:** Como cabezas visibles de cada una de las dependencias de la Contraloría y multiplicadores de la información descendente. Hacen parte de ello, la alta dirección y los directivos medios. Tienen a su cargo los diferentes procesos de la organización.

**NIVEL OPERATIVO DE LA ORGANIZACIÓN:** Como multiplicadores natos de la información y base principal de la organización. Son aquellos funcionarios que operacionalizan y manejan un contacto directo con los 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.

**VEEDURÍAS CIUDADANAS:** Organizaciones sociales conformadas por personas que hacen control social a la administración pública de su respectiva localidad o a los macro proyectos regionales. Son de gran interés para la Contraloría porque contribuyen a la transparencia administrativa y a la aplicación del control fiscal. La Entidad se comunica permanente con ellos a través de actividades de capacitación, encuentros de veedores, por medio de la Oficina de la Líder de Programa, por la Web, por el fax y el teléfono.

**SUJETOS DE CONTROL:** Son entidades del orden Departamental, municipal y descentralizadas del orden territorial, sobre las cuales la Contraloría ejerce control fiscal. La comunicación con ellas se hace a través de foros de pedagogía fiscal, audiencias públicas, encuentros de capacitación, vía telefónica, fax, y respuesta personal de inquietudes.

**ÓRGANOS DE CONTROL (CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA Y AUDITORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA):** Son las entidades a las que la Contraloría General del Departamento de Sucre debe rendir cuentas sobre la gestión administrativa y fiscal realizada. La comunicación se hace a través de oficios, llamadas telefónicas, fax, diferentes sistemas de información, pagina Web, y participación en encuentros de capacitación.

**DIPUTADOS Y CONCEJALES:** Ejercen el control político a las administración departamental y municipal respectivamente y aprueban el presupuesto; por medio de acuerdos los planes y programas tendientes al desarrollo de los municipios. Denuncias ante la Contraloría la manera como proceden los servidores públicos en la administración de los recursos

públicos. La comunicación con ellos se da a través de página Web, correo, fax, teléfono o de manera personal. De igual modo, en audiencias públicas, informes de auditoría, controles de advertencia, resultados de quejas y reclamos, respuesta a solicitudes, rendición de cuentas, foros y otras actividades de capacitación.

**PERSONEROS:** Las personerías municipales son las entidades encargadas de ejercer el control administrativo en el municipio y cuentan con autonomía presupuestal y administrativa. Como tales, ejercerán las funciones del Ministerio Público que les confiere la Constitución Política y la Ley así como las que les delegue la Procuraduría General de la Nación. Corresponde al personero municipal o distrital, en cumplimiento de sus funciones la guarda y promoción de los derechos humanos, la protección del interés público y la vigilancia de la conducta de quienes desempeñan funciones públicas.

Los personeros deben promocionar la fundación y desarrollo de veedurías ciudadanas para la fiscalización del uso de los bienes públicos. La Contraloría se comunica con ellos en forma directa a través de foros y actividades de capacitación, vía fax, teléfono y página Web.

**UNIVERSIDADES:** Estamentos de educación superior con los cuales hacemos convenios para capacitar a los funcionarios y promocionar el control social como herramienta válida para fortalecer la transparencia en la gestión pública.

**BIBLIOTECAS PÚBLICAS Y PRIVADAS:** Son espacios de interés para la Contraloría, porque en un momento dado pueden convertirse en vehículo para la promoción del control fiscal, la misión institucional y las actividades que realiza la entidad. Esto lo facilita el intercambio de información y documentación, que permite una permanente oferta de información para los lectores. La comunicación se da básicamente a través del intercambio de material bibliográfico.

**PERIODISTAS:** Profesionales de la información cuya misión es informar a la comunidad sobre los resultados de la gestión de la Contraloría General del Departamento de Sucre. Lo hacen a partir de boletines, ruedas de prensa e informes periodísticos realizados por el Contralor Departamental. La comunicamos con ellos se da a través de encuentros informales, ruedas de prensa, vía telefónica o correo electrónico.

**MEDIOS DE INFORMACIÓN:** Casas periodística (periódicos, radio o televisión), donde se recibe y divulga información a la comunidad sobre la



gestión realizada por la Contraloría. La comunicación con ellos se hace por medio de los periodistas, reuniones, y vía telefónica.

**TRIBUNAL CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO:** Es un órgano judicial que conoce de las demandas referentes a lo contencioso administrativo. Conoce de los litigios o procesos que sea parte del Estado cuando actúa como autoridad administrativa. Compuesta por el Consejo de Estado, por los tribunales administrativos y los jueces administrativos. La comunicación se da por medio de oficio, teléfono o fax y de manera personal.

**DEPARTAMENTO ADMINISTRATIVO DE LA FUNCIÓN PÚBLICA.** Es responsable de formular las políticas de Administración Pública en materia de organización administrativa y administración del recurso humano al servicio del Estado, de la Rama Ejecutiva del Poder Público, y de los niveles administrativos y entidades que la conforman, en las diferentes áreas de la gestión pública. La comunicación se da por medio de oficio, teléfono o fax.

**COMISIÓN NACIONAL DEL SERVICIO CIVIL.** Su misión es hacer del mérito y la igualdad una característica importante en el ingreso y desarrollo del empleo público, velar por la correcta aplicación de los instrumentos normativos y técnicos que posibiliten el adecuado funcionamiento del sistema de carrera, y generar información oportuna y actualizada que permita una administración efectiva del sistema de carrera administrativa. La comunicación se da por medio de oficio, teléfono o fax.

**CONTADURÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA.** Determina las políticas, principios y normas sobre contabilidad que establecen las normas técnicas generales y específicas, sustantivas y procedimentales, que permitan uniformar, centralizar y consolidar la Contabilidad Pública. Lleva la Contabilidad General de la Nación, para lo cual debe expedirlas normas de reconocimiento, registro y revelación de la información de los organismos del sector central nacional. Conceptúa sobre el sistema de clasificación de ingresos y gastos del Presupuesto General de la Nación, para garantizar su correspondencia con el Plan General de Contabilidad Pública. En relación con el Sistema Integrado de Información Financiera-SIIF-, el Ministerio de Hacienda y Crédito Público garantiza el desarrollo de las aplicaciones y el acceso y uso de la información que requiera el Contador General de la Nación para el cumplimiento de sus funciones. La comunicación se da por medio de oficio, teléfono o fax, correo electrónico.

**COMUNIDADES:** Son las depositarias de los resultados de la gestión fiscal de la Entidad, actividad que se logra fundamentalmente gracias a la

divulgación que hacen los medios masivos de comunicación, grupos humanos que habitan el territorio Departamental (municipios, corregimientos, veredas y barrios), quienes a los cuales, como miembros del Estado y dueños del patrimonio público, debe rendírseles cuentas sobre las actuaciones relacionadas con el control fiscal. La comunicación con ellos se hace a través de la página Web, vía telefónica, fax, encuestas, foros, audiencias públicas, atención de quejas y reclamos, y en las diferentes actividades de capacitación que realiza la Entidad.

### **1.11 VOCEROS INSTITUCIONALES**

La Contraloría General del Departamento de Sucre tendrá un grupo de voceros institucionales facultado para hablar ante los medios de comunicación, gracias al dominio y conocimiento de los procesos internos de su respectiva área, o en representación del Contralor cuando por fuerza mayor no lo pueda hacer.

Estará integrado por el Subcontralor, Asesores y Jefes de área. Su papel ante los medios es informar sobre los aspectos puntuales de su área que se puedan divulgar, y por ningún motivo podrá darán opiniones sobre temas generales o ajenos a la misión institucional..

**MANUAL DE VOCERÍAS** Los directivos escogidos para ser voceros institucionales deberán cumplir los siguientes requisitos:

1. Abstenerse de divulgar la información que debido a la reserva del sumario, no puede ser dada a conocer a los medios de comunicación.
2. No obstante estar facultado para hablar ante los medios, siempre deberá informar al Contralor sobre el tema del que va a informar.
3. Tener muy claro sobre qué va a hablar ante los medios.
4. Aprovechar muy bien la capacitación que sobre manejo de medios debe brindarles la Contraloría.
5. No podrá delegar la divulgación de información en ninguno de los funcionarios a su cargo, por capaz o instruido que éste sea.

Los nombres de los voceros institucionales y su relación con los medios de comunicación serán divulgados en las páginas Web, y en los demás medios con que cuente la Entidad.

### **1.12 ESTRATEGIAS**

Las siguientes son las estrategias trazadas para el logro de los objetivos formulados en la ruta crítica temática:

TEMA RUTA CRÍTICA	OBJETIVO	ESTRATEGIAS		
		POLITICA	ORGANIZATIVA	MASIVA
<p><b>PROMOCIÓN DEL TRABAJO COLABORATIVO.</b> La conformación de redes de ayuda mutua, potencia las fortalezas de cada una de las dependencias de la Entidad, y genera visión compartida en torno a los propósitos misionales.</p>	<p>Posicionar el trabajo colaborativo como una estrategia que potencia el cumplimiento de los objetivos institucionales y optimiza los recursos disponibles.</p>		<p>Adelantar un programa de capacitación para la Interiorización en cada uno de los funcionarios, sobre la importancia del trabajo colaborativo como elemento determinante para el desarrollo de cultura de la información y la visión compartida, y el fortalecimiento de las relaciones laborales entre dependencias.</p>	
<p><b>CONSTRUCCIÓN DE VISIÓN COMPARTIDA.</b> Hay visión compartida, cuando los servidores conocen y comparten los propósitos de la Entidad, y comprenden la importancia de su aporte, en el cumplimiento de la misión institucional</p>	<p>Garantizar la circulación de información veraz, suficiente y oportuna, sobre la gestión institucional, a través de la formalización de canales y espacios para la concertación de acuerdos y directrices organizacionales</p>			<p>-Fortalecer canales de comunicación internos, mediante los que circule información entre todos los niveles jerárquicos de la Entidad, acerca de la gestión de la Contraloría y el quehacer de cada una de las Áreas. -Identificar y estructurar grupos de funcionarios líderes, que confieran mayor sentido a los mensajes que se generan interna y externamente en la CGDS.</p>
	<p>Incrementar la comunicación de percepciones, demandas, quejas y</p>			<p>-Fomentar la participación activa de los ciudadanos en la vigilancia de los bienes y recursos públicos, a través de la formulación de quejas,</p>

<p><b>FOMENTO DE LA RECEPTIVIDAD.</b> La Entidad es receptiva cuando se implementan mecanismos de escucha sobre las demandas y quejas de los clientes internos y externos, y a su vez los utiliza como elementos de juicio para mejorar</p>	<p>reclamos del cliente interno y externo, hacia la Entidad, tomándolos como base para la mejora constante.</p>			<p>reclamos, sugerencias y percepciones, en la CGDS</p> <p>-Abrir espacios formales y periódicos para la transmisión de información institucional y la comunicación en doble vía, entre los diferentes niveles jerárquicos de la Entidad.</p>
<p><b>SOCIALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN</b> La difusión de información sobre la función de la Entidad y de su quehacer, facilita la participación ciudadana en la gestión pública, al promocionar los deberes y derechos de los ciudadanos, y los mecanismos para ejercer control social.</p>	<p>Posicionar la Contraloría General del Departamento de Sucre como un Organismo de Control transparente y confiable en el cumplimiento de su función fiscalizadora</p>			<p>Difundir los resultados de la gestión institucional, por medio del proceso de rendición de cuentas a la ciudadanía en general, y como apoyo al propósito de pedagogía fiscal</p>

### **1.13 LINEAMIENTOS Y ORIENTACIONES OPERATIVAS PARA EL PROCESO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PÚBLICA**

#### **1.13.1 PARÁMETROS PARA EL DISEÑO DE LAS ACCIONES DEL PLAN DE MEDIOS**

Para un adecuado diseño de las acciones consignadas en el plan de medios, y con el objetivo que la ejecución de éstas responda verdaderamente a los propósitos consignados en el plan, la preparación de toda actividad debe estar soportada en la información que a continuación se relaciona, la cual está basada en los conceptos planteados en el Manual de Comunicación Pública y Gerencia del Servicio. El funcionario responsable de cada actividad debe dar respuesta por escrito a estas preguntas y analizarlo conjuntamente con el Subcontralor y Asesor de Despacho para su posterior aplicación.



Nombre actividad

Campo de la comunicación a la que pertenece (Organizacional, Informativa y/o Medios de Comunicación)

Idea reguladora que promueve (insumos del Plan)

Objetivos Específicos de la actividad

Definir estrategia (Política: organizativa – masiva u operativa: informativa, pedagógica o de interacción).

Públicos a impactar (según los públicos definidos en el Plan de Comunicación Pública definido para la vigencia actual)

Definición de mensajes a transmitir

Elección de canales de información y comunicación

Descripción metodología de la actividad

Definición de recursos

Plan de trabajo: especificación de tareas con sus respectivos responsables y tiempos de cumplimiento

### **1.13.2 APOYO DEL ASESOR DE DESPACHO, ASESOR JURIDICO, ASESOR DE PLANEACIÓN, PROFESIONAL DE PRESUPUESTO, Y DE LAS TICS EN LA ELABORACIÓN DE MATERIAL IMPRESO**

En cumplimiento de sus funciones, los diferentes procesos de la Contraloría General del Departamento de Sucre, requieren del apoyo en el diseño, elaboración e impresión de piezas promocionales de diferentes temas, para ser presentadas y/o distribuidas entre el público interno y/o externo de la Entidad. Por ello, para la efectiva realización del material promocional y con el fin de que éste cumpla con sus objetivos de comunicación específicos, es importante dar cumplimiento a lo siguiente:

#### **1.13.2.1 DISEÑO**

**DEFINICIÓN DE PIEZA IMPRESA:** Para la selección del formato (tipo de material a diseñar), lenguaje y plan de distribución de cualquier impreso que



se desee producir, se debe tener en cuenta mínimamente los siguientes criterios:

*Comprensión:* La comprensión no solamente tiene en cuenta la claridad del contenido, sino la forma en que expresa. Una palabra complicada o desconocida puede hacer que el público no entienda el mensaje, también puede que se condensen demasiadas ideas en un mensaje y que esto confunda al público y le impida entender lo que realmente se le pide que haga.

*Atractivo:* La forma de hacer los materiales atractivos es mediante el uso de elementos visuales en el caso de material gráfico.

*Aceptación:* Si el material contiene algo que ofenda al público, que vaya en contra de sus creencias, o que genere discordia entre la gente a quienes va dirigido, el resultado será un rechazo del mismo.

*Participación:* La gente no presta demasiada atención a los mensajes que creen que no tienen nada que ver con ellos. Para asegurarse de que los consideren, es necesario usar de forma adecuada los símbolos y el lenguaje que usa dicho sector de la población.

*Llamada a la acción:* Los materiales deben indicar claramente qué es lo que se pide que haga el público a quien va dirigido. Por muy bueno que sea el material no servirá de nada si no se transmite el mensaje de la acción que se promueve puede llevarse a cabo, incluso los materiales que sirven para crear conciencia de una situación, deben incitar al público a obtener más información sobre el tema.

Por lo anterior, para elegir el formato adecuado para cualquier publicación impresa, es necesario que las diferentes áreas de la Contraloría consulten con la Asesora de Despacho, Asesor Jurídico, el profesional de las TICs y el profesional de presupuesto, quienes apoyarán, desde su conocimiento técnico, a la elaboración de mensajes claros, concretos; en lenguajes y formas apropiadas para el público seleccionado y en los formatos correctos conforme al propósito, cantidad de texto y presupuesto disponible.

*Solicitud:* Una vez seleccionado el formato del material impreso a realizar, se debe allegar a la oficina jurídica la solicitud por escrito, especificando:

1. Formato: volante, plegable, afiche, cartilla, folleto, aviso, carátula, pasta de libro, escarapela, certificado, entre otros.

2. Tema y objetivo del material.
3. Contenido que debe llevar la pieza impresa.
4. Cantidad requerida.

### 1.13.2.2 IMPRESIÓN

Conforme al tipo de pieza a elaborar y la cantidad requerida, se define si es la Contraloría desde la oficina de planeación con el apoyo del profesional de las TICS, desde donde se imprime la totalidad del material o si es necesaria la contratación de una litografía. Este último caso aplica cuando:

1. Se requiere de más de 200 impresiones a negro.
2. Se requiere más de 100 impresiones a color.
3. Por ser especializado el tipo de papel de la pieza, éste no es aceptado por la impresora con la que cuenta la Contraloría General del Departamento de Sucre

### 1.13.2.3 TIEMPO PARA LA ELABORACIÓN

Para allegar las solicitudes a la oficina Jurídica, es necesario tener en cuenta los siguientes tiempos

TIPO DE PIEZA	REQUERIMIENTO	TIEMPO QUE TARDA
Volantes, plegables, afiches	Diseño	2 días hábiles
	Diseño e Impresión	5 días hábiles
Cartilla	Diseño	Dependiendo de la cantidad de texto, ilustraciones, imágenes o fotografías que se deban utilizar.
Certificados, escarapelas, invitaciones	Diseño e impresión ( máximo 200 a negro y 100 a color)	3 días hábiles completos

TIPO DE PIEZA	REQUERIMIENTO	TIEMPO QUE TARDA
<b>Carátula e informes a Órganos de Control y otras Entidades</b>	Diseño e Impresión	3 día completo

Los tiempos para el material que debe ser realizado en litografía oscilan entre un mes y un mes y medio. Estas solicitudes se realizan directamente a la Oficina Jurídica, previa asesoría del Asesor de despacho en el formato, diseño, redacción e ilustraciones.

**1.13.2.4 Entrega.** Todo material impreso elaborado en la oficina de planeación, debe quedar registrado en la planilla de impresión, con el fin, entre otros, de controlar el uso de los cartuchos de la impresora.

Para la recepción del material que se realiza en litografía, se debe contar con la aprobación de la asesora de despacho, y el asesor jurídico, para verificar en el producto: calidad en la impresión, nitidez de los colores, papel correcto, grapado, cosido o encuadernado con calidad, entre otros.

### **1.13.3 APOYO PARA LA REALIZACIÓN DE CAMPAÑAS**

La Oficina Asesora de Planeación y el profesional de las TICS apoyará en el montaje y desarrollo de campañas institucionales internas promovidas por los diferentes procesos de la Entidad, en los siguientes aspectos:

- Formulación de estrategias y canales creativos para la información de un tema a los funcionarios de la Entidad.
- Asesoría en el uso adecuado de lenguaje, redacción y presentación de la información, con base en el público específico y los objetivos establecidos.
- Elaboración de material impreso (según especificaciones técnicas arriba mencionadas)
- Asesoría en la elaboración de material para la ambientación y decoración de la actividad.

Para la prestación del apoyo requerido por los procesos, se debe cumplir con lo siguiente:

- El Área de Gestión que requiere el apoyo, debe delegar uno o dos funcionarios (según la magnitud de la campaña), para que conjuntamente con el jefe de la oficina asesora de planeación y profesional de las TICS, se realice la planeación, montaje y desarrollo de la campaña.

**1.13.4 APOYO LOGÍSTICO PARA LA REALIZACIÓN DE EVENTOS:** Foros, Audiencias Públicas, Eventos Institucionales Internos y Externos.

Los eventos institucionales, sean de carácter académico o protocolario y con públicos internos o externos, no sólo aportan en el cumplimiento de los objetivos misionales de la Entidad, sino que además son importantes

canales de comunicación por medio de los cuales la Contraloría fortalece su imagen corporativa y favorece su posicionamiento.

Cada uno de los elementos, contenidos, personas e información que se disponen para un evento, en el que está presente algún segmento de los públicos de la Contraloría, debe comunicar en sí mismo un mensaje sobre la Entidad. El conjunto de esos mensajes que se transmiten, aportan en la construcción de una imagen corporativa positiva, fortalecida y coherente con los objetivos institucionales.

Por lo anterior, la realización de un evento, debe tener ante todo una fase de planeación en la que se establezca la función e importancia de cada uno de los elementos orientados al objetivo perseguido. La Subcontraloría debe prestar el apoyo a los diferentes procesos en la realización de eventos institucionales. Si bien es cierto que cada proceso es responsable por el contenido a transmitir, la Subcontraloría, debe velar por que se optimice cada evento como una oportunidad para el mejoramiento de su imagen corporativa y el posicionamiento de su quehacer entre todos los públicos.

**APOYO SECRETARIAS** Desde el apoyo brindado por la Subcontraloría a otras Áreas de Gestión, se desprenden varias actividades operativas en las que no se requiere conocimiento especializado en comunicación y que éstas a su vez pueden ser realizadas por parte de las secretarías. Por ejemplo: La digitación de listas de nombres para la elaboración de certificados o escarapelas; confirmación de base de datos para la realización de un evento; recorte, pegado y montaje de decoración en las instalaciones de la Entidad; entre otros.

Para la elaboración de estas actividades operativas se debe delegar uno o varios funcionarios del Área de Gestión que requiere el servicio, para que conjuntamente con la Subcontraloría se desarrollen estas acciones

## **PARA EL ADECUADO MONTAJE Y DESARROLLO DE LOS EVENTOS**

1. Identificación de la necesidad para la realización de un evento.
2. Formulación del objetivo, público específico a convocar, contenido a desarrollar, orden del día.
3. Definición de la fecha del evento. Para ello, se debe consultar previamente la agenda de eventos de interés del público específico. Por ejemplo, para un evento en el que el público objetivo son los Sujetos de Control, se debe consultar la agenda del Señor Contralor

para no fijar la fecha del evento, el mismo día en que se llevará a cabo otro evento que tiene como invitado el mismo público.

4. Lugar en que se realizará el evento. La definición del lugar, debe ser coherente con la cantidad de público esperado, el tipo de actividades a realizar (necesidad de escenario, atril, banderas, sonido, tablero, entre otros) y la ubicación del mismo (fácil acceso para el público convocado).
5. Verificación del presupuesto disponible para la realización del evento: alquiler del espacio, alimentación, honorarios, conferencista, elaboración de material impreso específicamente para el evento, entre otros.
6. Solicitud de apoyo logístico por parte del Subcontralor en:
  - Tarjetas de invitación para el evento: debe allegarse con una antelación mínima de 1 mes y según lo especificado en el ítem — *apoyo del asesor de despacho, asesor jurídico, asesor de planeación, profesional de presupuesto, y de las tics en la elaboración de material impreso*
  - Asesoría en protocolo (orden de las personas de acuerdo con su importancia y cargo).
  - Presentación del evento.
  - Material impreso a realizar en la oficina de planeación (escarapelas, certificados de asistencia, volantes, entre otros).
  - Promoción del evento en la página Web de la Entidad, anunciando a los diferentes públicos sobre la realización del evento. Para ello, se debe allegar la siguiente información a la profesional universitaria de las TICS: nombre del evento, objetivo, públicos convocados, fecha, hora y lugar en que se llevará a cabo.
  - Elaboración de boletín de prensa y convocatoria de medios de comunicación, si es el caso.
  - Montaje de la información de promoción del evento en la página Web de la Entidad y posterior a la realización del mismo.

De no requerirse ningún apoyo logístico por parte de la Subcontraloría, de todas maneras es necesario informar a esta Dependencia sobre la

realización de cualquier evento, pues es donde se centraliza toda la agenda institucional de eventos.

7. Una vez distribuidas las invitaciones, la dependencia que realizará el evento debe confirmar la asistencia del público convocado.
8. Es **indispensable** en todos los eventos de la Contraloría, montar el pendón de la Entidad y presentar el video institucional. El registro fotográfico del evento debe incluir ambas cosas. (Remitirse al Ítem: —Registro fotográficol)
9. Una vez terminado el evento, se debe entregar a la Subcontraloría el resumen del evento sobre el desarrollo de la jornada: cantidad y tipo de asistentes, principales temas abordados y las conclusiones más importantes, con el fin de montar la información en la página Web de la Entidad. A este resumen se debe anexar el registro fotográfico del evento. (Remitirse al Ítem: —Registro fotográficol) y las encuestas.

### **1.13.5 REGISTRO FOTOGRÁFICO**

Es responsabilidad del Área de Gestión Administrativa Integral el registro fotográfico de las audiencias públicas, los foros y los eventos institucionales internos, como capacitaciones y reuniones de varias dependencias y campañas internas. La Subcontraloría realizará el registro fotográfico a aquellos eventos externos de carácter protocolario y a los foros o audiencias públicas que se realicen en el Departamento de Sucre. La persona delegada para realizar el registro fotográfico del evento, debe solicitar la asesoría necesaria para tomar un registro con la luz y el encuadre adecuados. Es absolutamente indispensable tomar fotografías a la proyección del video institucional, el montaje del pendón y la asistencia de público.

### **1.13.6 PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN EN LA WEB**

La Subcontraloría es responsable de publicar información en la siguiente información: Boletines de Prensa, Noticias (internas), Informes de denuncias, y Audiencias Públicas.

El Jefe de Gestión administrativo Integral es responsable de pasar la información: Fechas Especiales (Cumpleaños y Días Clásicos), Logros de Nuestra Gente y Avisos Clasificados.



EL jefe de Control fiscal y Auditorías, es responsable de pasar la información de: Informes finales de Auditorías, Informes Macro fiscales, Informes sobre rendición de cuenta.

La secretaria del Despacho del Contralor es responsable de pasar la información de los actos administrativos que salgan del despacho del contralor (Resoluciones, Circulares Externas)

El jefe de Responsabilidad Fiscal es responsable de pasar la información de Boletín de responsables fiscales.

La información de la demás secciones, es responsabilidad de cada uno de los directivos de las Contralorías.

Por ello, la información que se requiera publicar, debe solicitarse por escrito al profesional de las TICS y adjuntando la información a publicar.

La Oficina de Planeación realizará seguimiento a lo publicado en la Web y solicitará a cada dependencia, de ser necesario, la actualización de la información.

## **FORMATOS DE EVALUACIÓN DE ACTIVIDADES DEL PLAN DE MEDIOS**

Se aplica al **cliente interno o público interno** en desarrollo de las actividades del plan de medios que corresponden a la asesora de la oficina de planeación

Este instrumento permite conocer la percepción del público en función de 2 aspectos:

- La oportunidad de la actividad, claridad de la metodología y el lenguaje utilizados.
- La identificación de los ejes temáticos: Receptividad, Actitud de Servicio, Visión Compartida y Trabajo Colaborativo, que se desarrollaron en la actividad.

Para la evaluación de actividades externas, se aplicará el instrumento diseñado para tal fin, el cual se incluye en el Instructivo para medir el nivel de Satisfacción del Cliente.

Este instrumento evalúa las actividades del plan de medios que corresponden a los campos de Comunicación Informativa y Rendición de Cuentas

La aplicación de este instrumento se ajustará a lo estipulado en el Instructivo para medir el Nivel de Satisfacción del Cliente o INSTRUMENTO DE EVALUACIÓN DE ACTIVIDADES EXTERNAS:

1. Cuáles de los servicios que presta la Contraloría conoce usted?

Menciónelos \_\_\_\_\_

2. Por cuál de los siguientes medios de comunicación, recibe usted información de la Contraloría General del Departamento de Sucre? (señale con una X)

Radio \_\_\_\_\_ Prensa \_\_\_\_\_ Televisión \_\_\_\_\_ Afiches, Volantes, cartillas \_\_\_\_\_  
Página Web de la Contraloría \_\_\_\_\_

## 2. PLAN DE MEDIOS Y ACCIONES COMUNICATIVAS

### 2.1 OBJETIVO

Impactar positivamente los temas de la Ruta Crítica Temática, arrojados por el Diagnóstico de Percepción Interna de la Comunicación, implementando acciones comunicativas a través de diferentes medios de comunicación internos y externos, y sustentadas en los campos de comunicación Organizacional, Informativa y Medios de Comunicación.

**IDEAS REGULADORAS** Las ideas reguladoras definidas con base en el Diagnóstico de Percepción Interna de la Comunicación en la Contraloría General del Departamento de Sucre, son:

- Apertura e interlocución organizacional, potencian el cumplimiento misional
- Transparencia es gestión visible.
- La participación en el control fiscal hace del ciudadano un evaluador de la gestión.
- La pedagogía fiscal facilita un adecuado uso de los bienes y recursos públicos.



## 2.2 PLAN DE MEDIOS Y ACCIONES COMUNICATIVAS

A continuación se relacionan cada uno de los Temas de la Ruta Crítica Temática, que fue estructurada con base en los resultados arrojados por el Diagnóstico de Percepción Interna de la Comunicación, y las actividades propias del Proceso de Comunicación e Información Pública.

A cada Tema de la Ruta Crítica temática le corresponde una estrategia, la cual se operativiza a través de determinadas acciones de comunicación.

### PLAN DE MEDIOS Y ACCIONES COMUNICATIVAS VIGENCIA 2014-2015

TEMA RUTA CRITICA	OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIONES COMUNICATIVAS	MEDIOS	RECURSOS
<b>PROMOCIÓN DEL TRABAJO COLABORATIVO.</b> <b>HIPÓTESIS:</b> La conformación de redes de ayuda mutua, potencia las fortalezas de cada una de las dependencias de la Entidad, y genera visión compartida en torno a los propósitos misionales	Posicionar el trabajo colaborativo como una estrategia que potencia el cumplimiento de los objetivos institucionales y optimiza los recursos disponibles.	Adelantar un programa de capacitación para la interiorización en cada uno de los funcionarios, sobre la importancia del trabajo colaborativo como elemento determinante para el desarrollo de cultura de la información y la visión compartida, y el fortalecimiento de las relaciones laborales entre dependencias	Desarrollar jornada de sensibilización y capacitación con todos los funcionarios de la CGDS, en torno a la importancia del trabajo colaborativo, como herramienta que incrementa la eficiencia, eficacia y efectividad, en la Entidad, a través del análisis de casos exitosos en la CGDS	Talleres reflexivos (como parte del Plan de Capacitación de la vigencia 2014-2015)	Humano: Funcionarios Gestión Administrativa Integral Psicólogo, Logísticos: Instalaciones de la CGDS u otro lugar fuera de la entidad Financiero:
<b>CONSTRUCCIÓN DE VISIÓN COMPARTIDA.</b> <b>HIPÓTESIS:</b> Hay visión compartida, cuando los servidores conocen y comparten los propósitos de la Entidad, y comprenden la importancia de su aporte en el cumplimiento de la misión institucional	Garantizar la circulación de información veraz, suficiente y oportuna, sobre la gestión institucional, a través de la formalización de canales y espacios para la concertación de acuerdos y directrices organizacionales	Fortalecer canales de comunicación internos, mediante los que circule información entre todos los niveles jerárquicos de la Entidad, acerca de la gestión de la Contraloría, el que hacer de cada una de las Áreas y la promoción de lo estipulado en los Códigos de Ética y Buen Gobierno.	*Informar a los servidores públicos de la CGDS, de manera periódica, sobre los eventos y actividades internas y externas, más importantes de la Entidad, a través de medio impreso y virtual.  *Publicar boletines interno, en el que se den a conocer las últimas gestiones adelantadas por las áreas de la CGDSI y se analicen temas de actualidad institucional	Boletín Institucional  Correo electrónico institucional  Pagina WEB	Humano: Funcionarios Contraloría Auxiliar de Recursos Humanos, Físicos y Financieros



**CONTRALORÍA**  
 General del Departamento de Sucre  
*Control fiscal, con educación y transparencia*

TEMA RUTA CRITICA	OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIONES COMUNICATIVAS	MEDIOS	RECURSOS
			Apoyar la implementación de campañas internas adelantadas por las demás áreas de la Entidad, a través del diseño, impresión, montaje, y/o redacción de textos	Impresos: avisos, afiches, móviles, etc. Digitales: avisos para correo electrónico	Humano: Jefe Planeación, Subcontralor, Profesional Tics Técnicos: Impresora y papelería.
		Identificar y estructurar grupos de funcionarios líderes, que a través de redes de reedición, confieran mayor sentido a los mensajes que se generan interna y externamente en la CGDS	Estructura, la red de Multiplicadores,	Red de Multiplicadores	Humano: Jefe planeación Subcontralor Asesora de Despacho Jefe de Gestión Administrativa Integral  Multiplicadores-
<b>FOMENTO DE LA RECEPTIVIDAD. La HIPÓTESIS: Entidad es receptiva cuando se implementan mecanismos de escucha sobre las demandas y quejas de los clientes internos y externos, y a su vez los utiliza como elementos de juicio para mejorar.</b>	Incrementar la comunicación de percepciones, demandas, quejas y reclamos del cliente interno y externo, hacia la Entidad, tomándolos como base para la mejora constante.	* Fomentar la participación activa de los ciudadanos en la vigilancia de los bienes y recursos públicos, a través de la formulación de quejas, reclamos, sugerencias y percepciones, en la CGDS	Implementar campaña de televisión o periódicos, a través de informes escritos a nivel local y nacional sobre la importancia de la participación ciudadana en el control fiscal, y se promuevan los mecanismos que dispone la Entidad, para la recepción de quejas, reclamos, sugerencias y percepciones	Radio. Emisoras regionales. Televisión, canal de apoyo Periódicos	Humano: Subcontraloría Financieros. Contratos con medios de comunicación.



**CONTRALORÍA**  
 General del Departamento de Sucre  
*Control fiscal, con educación y transparencia*

TEMA RUTA CRITICA	OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIONES COMUNICATIVAS	MEDIOS	RECURSOS
			*Abrir espacios formales y periódicos para la transmisión de información institucional y la comunicación en doble vía, entre los diferentes niveles jerárquicos de la Entidad.	Reuniones Periódicas	Humano: Funcionarios Nivel Directivo Y demás Niveles Jerárquicos.
SOCIALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN HIPÓTESIS: La difusión de información sobre la función de la Entidad y de su quehacer, facilita la participación ciudadana en la gestión pública, al promocionar los deberes y derechos de los ciudadanos, y los mecanismos para ejercer control social	Fortalecer el control social, a través de la difusión de los servicios que presta la CGDS y promocionando las herramientas de participación en la gestión vigilante de los bienes y recursos públicos.	* Difundir entre los públicos externos, la información sobre la función de la Entidad y de su quehacer, facilitando el acceso a los mecanismos de participación ciudadana	Realizar Free Press, a través de la emisión de boletines de prensa institucionales, sobre las gestiones adelantadas por la Entidad, en cumplimiento de su función misional, con el fin de lograr participación en los medios masivos de comunicación, sin contraprestación alguna.	Radio, Prensa, Página Web	Humano: Funcionario Subcontraloría
			* Publicar mensualmente un boletín institucional externo con información de interés en temas fiscales, y con carácter pedagógico, que fomente el adecuado uso de los bienes y recursos públicos, y un control social conforme a la normatividad legal vigente.	Boletín Fiscal Actualidad Jurídica y de Control Fiscal Boletín	Humano: Funcionarios planeación , Oficina Jurídica Control fiscal Responsabilidad fiscal Subcontraloría
		* Promocionar el control fiscal y el portafolio de trámites de la Entidad a través de diferentes canales de información y comunicación	Realizar material impreso externo, como apoyo a los procesos informativos y pedagógicos, adelantados por las demás dependencias de la CGDS, como foros de participación ciudadana y asesorías en veeduría ciudadana	Cartillas, volantes, afiches, plegables	Humano: Funcionarios planeación , Subcontraloría Oficina Jurídica.



# CONTRALORÍA

## General del Departamento de Sucre

*Control fiscal, con educación y transparencia*

TEMA RUTA CRITICA	OBJETIVO	ESTRATEGIA	ACCIONES COMUNICATIVAS	MEDIOS	RECURSOS
			* Difundir el portafolio de trámites de la Entidad, a través de la publicación de información en medios digitales e impresos	Página Web y Plegables	Humano: Funcionarios Subcontraloría Profesional TICs Planeación
<b>DESARROLLO DE LA PUBLICIDAD.</b> <b>HIPÓTESIS: La rendición de cuentas a la sociedad, a través de la entrega de información de los resultados de su gestión, de manera clara, oportuna, transparente y suficiente, incrementa la visibilidad de la Entidad y la confianza de sus públicos</b>	Posicionar la Contraloría General del Departamento de Sucre como un Organismo de Control transparente y confiable en el cumplimiento de su función fiscalizadora	Difundir los resultados de la gestión institucional, por medio del proceso de rendición de cuentas a la ciudadanía, y como apoyo al propósito de pedagogía fiscal.	Emitir un informe en canales de Televisión, en el que se difundan los resultados de la gestión institucional y se desarrollen temas inherentes al control fiscal,	Televisión	Humano: Funcionarios Subcontraloría Asesora de Despacho Financieros.
			Publicar los resultados de la gestión institucional, a través de medios impresos, digitales,	Página Web Correo Institucional Periódico Meridiano Sucre plegables Institucionales	Humano: Funcionarios Subcontraloría Asesora de Despacho Financieros
			Apoyar la realización de Audiencias Públicas y demás eventos institucionales de la CGDS, liderados por las demás dependencias de la Entidad, en los que se rindan cuentas a la comunidad o a los Organismos de Control, a través de apoyo logístico, y/o diseño e impresión de material informativo	Eventos Volantes, plegables	Humano: Funcionarios Subcontraloría Asesora de Despacho Oficina de Planeación Profesional de las TIC. Financieros

### 3. PORTAFOLIO DE TRÁMITES

Se han realizado ajustes a los procesos de la Contraloría, lo cual hace necesario realizar el portafolio de trámites, para que todos los ciudadanos puedan obtener de la Contraloría General del Departamento de Sucre, un determinado producto o servicio en tiempo oportuno.

**PORTAFOLIO** es un estudio de diseño gráfico, editorial y Web que ofrece una gama de servicios especializados para sus clientes, los cuales intentan de una manera adecuada llenar expectativas y solucionar los problemas visuales mediante herramientas artísticas, expresivas y de diseño, para que las necesidades de nuestros clientes queden satisfechas.

**TRÁMITE** son los pasos que deben seguir los ciudadanos para obtener un producto, garantizar adecuadamente la prestación de un servicio, el reconocimiento de un derecho, la regulación de una actividad de especial interés para la sociedad o la debida ejecución y control de las actividades propias de la función pública, con el propósito de facilitar el ejercicio de los derechos ciudadanos. Estos trámites son regulados por el Estado.

#### 3.1 OBJETIVO DEL PORTAFOLIO

Realizar el Portafolio de Trámites de la Contraloría General del Departamento de Sucre, con el fin de dar a conocer nuestros servicios y prestarles un mejor servicio a nuestros clientes internos y externos.

#### 3.2 REGLAMENTACIÓN:

- La Ley 489 del 29 de diciembre de 1998, establece en su artículo 18 que "la supresión y simplificación de trámites será objetivo permanente de la administración pública en desarrollo de los principios de celeridad y economía previstos en la Constitución Política".
- El Decreto 2150 del 5 de diciembre de 1995, establece la necesidad de suprimir, reformar, regular, procedimientos o trámites innecesarios existentes en la Administración pública.
- La Ley 962 de 2005 en el artículo 8 establece que todos los organismos y entidades de la administración pública, deberán tener a disposición del público entre otras, la información relativa a regulaciones, procedimientos y trámites a que están sujetas las actuaciones de los particulares frente al respectivo organismo o entidad

- La misma norma anteriormente citada exige que se precise de manera detallada los documentos que deben ser suministrados, así como las dependencias responsables y los términos en que éstas deberán cumplir con las etapas previstas en cada caso.

### **3.3 MEDIOS DE COMUNICACIÓN**

Todo ciudadano tiene derecho a presentar peticiones, quejas y reclamos a la Contraloría General del Departamento de Sucre por diferentes medios:

- POR ESCRITO: Calle 20 N° 20-47 Edificio la Sabanera Sincelejo- Sucre
- POR TELÉFONO: 27447888-2740594
- POR FAX: 2742040
- POR INTERNET: Seguir la siguiente ruta: [www.contraloriasucre.gov.co](http://www.contraloriasucre.gov.co)
- POR EMAIL: [contrasucree@contraloriasucre.gov.co](mailto:contrasucree@contraloriasucre.gov.co);  
[subcontraloria@contraloriasucre.gov.co](mailto:subcontraloria@contraloriasucre.gov.co)

#### **- ATENCIÓN AL PÚBLICO DENTRO DE LA CONTRALORÍA GENERAL DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE**

De lunes a viernes: De las 8:00 a las 11:45 horas y de las 14:00 a las 17:45 horas.

Los usuarios deberán acogerse a los horarios establecidos y a los cambios eventuales de horario, en cumplimiento de la jornada laboral en la Contraloría General del Departamento de Sucre.

En ningún caso es obligatoria la presencia personal de quien solicita el servicio, siempre y cuando se indique la identificación, dirección, y teléfono, a excepción del trámite de —solicitud para inspección de expedientes que tramita el área de Responsabilidad Fiscal y Jurisdicción Coactiva.

Se remitirá la solicitud con los correspondientes soportes al Área o funcionario responsable de acuerdo al Manual Específicos de Funciones y Competencias Laborales de la Contraloría General del Departamento de Sucre, dónde deberá ser atendido el trámite.

### **3.4 TRÁMITES QUE ADELANTA LA CONTRALORÍA GENERAL DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE**

La Contraloría General del Departamento de Sucre, es un organismo de control del Estado, de carácter técnico, con autonomía administrativa y presupuestal, encargado de ejercer en representación de la comunidad el control fiscal a la administración y a los particulares que manejen fondos o bienes públicos.

- **SOLICITUD DE FOTOCOPIAS Y AUTENTICACIÓN DE DOCUMENTOS**

a) Cualquier autoridad Judicial o Administrativa puede solicitar a la Contraloría General del Departamento de Sucre, copia de documentos o de cualquier actuación que adelante a la fecha.

b) Cualquier persona natural o jurídica, puede solicitar a la Contraloría General del Departamento de Sucre, copia de documentos y autenticación de los mismos, o de cualquier actuación que adelante a la fecha, siempre y cuando no esté sujeto a la reserva sumarial que establece la Ley.

- Cuando el Jefe del área competente autorice la expedición de copia de los documentos solicitados (en caso de presentación personal), el funcionario asignado para esto, deberá sacar las copias, con el fin de salvaguardar los documentos a fotocopiar y regresarlos a su lugar de origen.
- Si requieren de autenticación, el funcionario asignado para esto, los pasará con las fotocopias a la Jefe de Gestión Administrativa Integral para el trámite correspondiente; y una vez le informen que ya fueron autenticados, recogerá los documentos originales con el fin de regresarlos a su lugar de origen.

**REQUISITOS Y DOCUMENTOS:** Elevar solicitud, especificando que tipo de información requiere y para qué, copia de documentos, autenticación de documentos, asunto, nombre de la entidad o persona solicitante, teléfono y dirección.

**NORMAS QUE REGLAMENTAN EL TRÁMITE:** Artículo 14 l3ey 1437 de 2011, Ley 594 de 2000, Ley 962 de 2005.



TIEMPO: Máximo diez (10) días conforme a lo dispuesto en el Código Contencioso Administrativo.

COSTO: El Interesado asumirá el costo de las copias solicitadas.

RESPONSABLE: Para autenticaciones el Jefe de Gestión Administrativa Integral para la expedición de copias de documentos.

- **FORMULACIÓN DE SUGERENCIAS, QUEJAS Y RECLAMOS**

Todo ciudadano puede darlas a conocer en forma verbal, presencial, telefónica, escrita, por correspondencia, vía fax y correo electrónico, ante la Contraloría General del Departamento de Sucre

: a) *Denuncias contra los Sujetos de Control*: sobre cualquier irregularidad efectuada por un particular o un servidor público que afecte o ponga en peligro el patrimonio municipal.

b) *Quejas, Reclamos y Sugerencias*: Sobre el comportamiento de los Servidores Públicos de la Contraloría General del Departamento de Sucre en el desarrollo de sus funciones y de los trámites que ésta presta a los organismos del Estado y al público en general. Si la queja es contra un funcionario de la Entidad, se dará traslado a la Oficina Asesora Jurídica, también se informará al quejoso.

REQUISITOS Y DOCUMENTOS: Para las peticiones formuladas en forma escritas o por Internet debe realizarse descripción de los hechos en forma clara y precisa, indicando el lugar y la fecha de los mismos; dirección, ciudad y si es posible el número de teléfono, celular y correo electrónico del peticionario.

Si el peticionario la realiza de manera anónima debe acreditar, por lo menos una prueba sumaria sobre la veracidad de los hechos denunciados, o hacer referencia en concreto a hechos o personas claramente identificables.

Si la petición se realiza en forma personal o por teléfono, el funcionario que la recibe se encargará de solicitar toda la información anteriormente mencionada para el trámite respectivo, y llenar el formato establecido en la resolución 407 de 2012.



**TRASLADOS:** Cuando la denuncia o queja es competencia de nuestra, el Subcontralor, pasa oficio de acuso de recibo dirigido al quejoso y asigna el trámite de la denuncia o queja

Cuando es competencia de otra entidad, El Subcontralor realiza el respectivo traslado a la entidad competente, e informa al quejoso del trámite dado.

En todos los casos se informará al ciudadano o quejoso sobre el trámite que se decidió dar a la denuncia, queja o sugerencia, indicando a dónde se remitió copia, cuando se hace traslado a otras Entidades.

**RESPUESTA A SUGERENCIAS, QUEJAS Y RECLAMOS** De la respuesta a la queja o denuncia, se dejará copia en el expediente y la respuesta deberá contener los siguientes aspectos:

1. Informar el nombre de la Oficina que tramitó la queja o reclamo
2. Informar el detalle de lo actuado sobre la denuncia en el proceso.
3. Informar el procedimiento a seguir (Traslado, archivo; etc.)

**NORMAS QUE REGLAMENTAN EL TRÁMITE:** Constitución Política de Colombia, Ley 42 de 1993, Ley 134 de 1994, artículo 98; Ley 190 de 1995, en los artículos vigentes, Ley 617 de 2000, Ley 734 de 2002, Ley 850 de 2003, Ley 962 del 8 de julio de 2005, artículo 81, Ley 1437 de 2011 título II, Resoluciones internas 407 de 2012 y 009 de 2014 de la Contraloría General del Departamento de Sucre, Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública NTC GP 1000:2009, Numeral 7.2.3, Literales c y d.

**TIEMPO TRAMITE DE DENUNCIA:** Si el sujeto de control contra quien se dirige la denuncia, se tiene incluido en el Plan General de Auditoría, se dará traslado a la Oficina de Control Fiscal y Auditorias y se desarrollara dentro del proceso auditor.

Si la programación del Plan General de Auditoría es superior a dos (2) meses, esta se desarrollara en la Oficina de Subcontraloría y el tiempo para el trámite será el siguiente:

Tiempo: sesenta (60) días hábiles siguientes a la recepción en la CGDS respuesta de fondo.

Tiempo Queja: Quince (15) días hábiles siguientes a la recepción en la CGDS del trámite dado.

COSTO: Sin costo.

RESPONSABLE: Subcontralor

- **SOLICITUD PARA ASISTENCIA, APOYO TÉCNICO Y CAPACITACIÓN**

Todos los funcionarios públicos, veedores y ciudadanos pueden realizar ante la Contraloría General del Departamento de Sucre, solicitud para recibir asistencia, apoyo técnico o capacitación, en temas relacionados con el control fiscal y participación ciudadana.

**REQUISITOS Y DOCUMENTOS.** Para entidades, comunidad en general y Sujetos de Control: Presentar solicitud, especificando el nombre de la entidad, los temas de capacitación, el número de empleados a capacitar, dirección, teléfono y correo electrónico si lo hubiere. Para Veedores Ciudadanos: Presentar solicitud por escrito, especificando el grupo, los temas de capacitación, el teléfono, dirección y el número de veedores a capacitar.

**NORMAS QUE REGLAMENTAN EL TRÁMITE:** Constitución Política de Colombia, Ley 136 de 1994, Ley 850 de 2003, Norma Técnica de calidad para la Gestión Pública NTC GP 1000:2009, numeral 1.2 literal i).

**TIEMPO:** Después dicha solicitud debe ser analizada y aprobada por la Subcontraloría, se pondrá de acuerdo con la entidad solicitante sobre el tiempo para realizar la asistencia, apoyo técnico o capacitación.

RESPONSABLE: Subcontraloría-

- **SOLICITUD DE NORMATIVIDAD Y PUBLICACIONES**

Toda persona natural o jurídica podrá obtener de la Contraloría General del Departamento de Sucre, normatividad o publicaciones relacionadas con el control fiscal.

**REQUISITOS Y DOCUMENTOS:** Presentar solicitud escrita o verbal, indicando el nombre de la publicación o normatividad con el año de edición, el nombre del solicitante, dirección y teléfono.

Cuando el Jefe del área competente autorice la copia de los documentos solicitados, el funcionario asignado para esto, deberá sacar las copias, con el fin de salvaguardar los documentos a fotocopiar y regresarlos a su lugar de origen.

**NORMAS QUE REGLAMENTAN EL TRÁMITE:** Constitución Política de Colombia, Ley 42 de 1993; artículo 19, Ley 594 de 2000, Ley 962 de 2005.

**TIEMPO:** Diez (10) días hábiles por ser derecho de petición para obtener información especial y particular conforme a lo estipulado en el Código Contencioso Administrativo.

**COSTO:** El interesado asumirá el costo de las fotocopias solicitadas.

**RESPONSABLE:** Gestión Administrativa Integral, Subcontraloría, Jefe de área competente.

### **SOLICITUD DE CONCEPTOS ESCRITOS Y CONSULTAS**

Todo ciudadano puede realizar ante la Contraloría General del Departamento de Sucre, consultas escritas sobre temas jurídicos-fiscales o solicitar telefónica o personalmente asesoría sobre los mismos temas.

**REQUISITOS Y DOCUMENTOS:** Presentar consulta por escrito, telefónica o verbal, indicando el nombre de la entidad o del ciudadano que requiere el servicio, tema, fecha, dirección, teléfono y dirección electrónica si la hubiere.

**NORMAS QUE REGLAMENTAN EL TRÁMITE:** Código contencioso administrativo. Ley 1437 de 2011. Título II

**TIEMPO:** Treinta (30) días hábiles, para responder a la solicitud en forma escrita.

**COSTO:** Sin costo

**RESPONSABLE:** Subcontralor, Jefe Ofician Jurídica, Asesor de despacho

- **SOLICITUD DE CERTIFICACIONES DE TIEMPO LABORADO AL SERVICIO DE LA CONTRALORÍA GENERAL DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE**



Cualquier persona natural o jurídica puede solicitar certificado de tiempo laborado de aquellos funcionarios que hayan prestado sus servicios a la Contraloría General del Departamento de Sucre, siempre que la información esté disponible y repose en el archivo de la Contraloría General del Departamento de Sucre

**REQUISITOS Y DOCUMENTOS:** Las solicitudes de constancias laborales a particulares, deberán contener los siguientes datos:

- Nombres y apellidos completos
- Número de documento de identificación
- Años laborados en la entidad.
- Cargos desempeñados en la Entidad.
- Dirección y teléfono.
- Indicar el tipo de certificado así: interrupciones o tiempo de servicios.

**TIEMPO:** Quince (15) días siguientes a la fecha de recibo, conforme a lo establecido en el Código Contencioso Administrativo (ley 1437 de 2011 art 14)

**NORMAS QUE REGLAMENTAN EL TRÁMITE:** Ley 1437 de 2011

**COSTO:** El Interesado asumirá el costo de las certificaciones solicitadas

**RESPONSABLE:** Gestión Administrativa integral

- **SOLICITUDES DE APOYO ELEVADAS POR OTRAS ENTIDADES DEL ESTADO**

Cualquier entidad del Estado, podrá solicitar apoyo de la Contraloría General del Departamento de Sucre en los asuntos que estén relacionados con el ejercicio del control fiscal.

**REQUISITOS Y DOCUMENTOS:** La entidad del Estado, deberá realizar solicitud, especificando que tipo de apoyo requiere; dirección, teléfono y correo electrónico si lo hubiere.

**NORMAS QUE REGLAMENTAN EL TRÁMITE:** Constitución Política de Colombia, ley 1437 de 2011 (Código Contencioso Administrativo), artículo 6º, Código Penal, Ley 42 de 1993 en los artículos vigentes, Ley 610 de 2000,

Norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública, NTC GP 1000:2009, Numeral 1.2, Literal i).

TIEMPO: La Contraloría General del Departamento de Sucre dependiendo del tipo de apoyo que se requiera y de la disponibilidad de recursos, definirá el mismo.

COSTO: Sin costo.

RESPONSABLE: Contralor.

- **SOLICITUD PARA COPIA DE PIEZAS PROCESALES**

a) Todos los sujetos procesales podrán solicitar directamente por escrito o en forma verbal ante el funcionario que tiene a cargo el proceso, copia de piezas procesales, el cual deberá ser atendido por éste, entregar lo solicitado a costas del interesado y anexar la solicitud (Ver Ítem Requisitos y Documentos) del sujeto procesal al expediente, sin que para ello deba cumplir con los formalismos establecidos en el Ítem Tiempo, y luego expedir constancia secretarial para el respectivo proceso.

b) La autoridad competente, podrá solicitar copia de piezas procesales, con independencia del estado en que se encuentre el proceso, de conformidad con lo establecido en el artículo 20 de la Ley 610 de 2000 y al ítem Requisitos y Documentos.

c) Cualquier persona natural o jurídica, podrá solicitar copia de piezas procesales en aquellos expedientes donde ya se encuentra levantada la reserva sumarial, de conformidad con lo establecido en el Ítem Requisitos y Documentos.

Cuando el jefe del área competente autorice la expedición de la copia de los documentos solicitados, el funcionario asignado para esto, deberá sacar las copias, con el fin de salvaguardar los documentos a fotocopiar y regresarlos a su lugar de origen.

REQUISITOS Y DOCUMENTOS: Solicitud escrita o verbal, indicando el número del radicado del proceso del cual pretende copia, número de folios a copiar, identificación del solicitante donde acredita su calidad de autoridad competente y/o sujeto procesal, dirección y teléfono del mismo.

NORMAS QUE REGLAMENTAN EL TRÁMITE: Constitución Política , artículo 23, Ley 610 de 2000, artículo 20, Código de Procedimiento Civil

Artículos 115 y siguientes, Código Contencioso Administrativo, Artículo 5 y siguientes.

TIEMPO: Diez (10) días contados a partir del recibo de la solicitud, para obtener copias de piezas procesales, conforme al Código Contencioso Administrativo.

COSTO: El Interesado asumirá el costo de las fotocopias solicitadas.

RESPONSABLE: Jefe de Responsabilidad Fiscal y Jurisdicción Coactiva.

- **SOLICITUD PARA INSPECCIÓN DE EXPEDIENTES QUE TRAMITA EN EL ÁREA DE RESPONSABILIDAD FISCAL Y JURISDICCIÓN COACTIVA.**

Los funcionarios competentes de la rama judicial o de los órganos de control, podrán realizar inspección o visita a los expedientes que reposan en el Área de Responsabilidad Fiscal y Jurisdicción Coactiva. Los sujetos procesales y apoderados podrán hacerlo en los procesos en los cuales se encuentren acreditados.

REQUISITOS Y DOCUMENTOS: Documento escrito en el que se consigne dirección y teléfono del solicitante o identificación de la entidad que lo requiere, determinación clara y precisa sobre los puntos de la inspección al expediente, excepto cuando se trate de los sujetos procesales y/o sus apoderados.

NORMAS QUE REGLAMENTAN EL TRÁMITE: Constitución Política, Ley 610 de 2000 artículo 20.

TIEMPO: Trámite contemplado en el Código Contencioso Administrativo.

COSTO: Sin costo.

RESPONSABLE: Jefe de la Oficina de Responsabilidad Fiscal y Jurisdicción Coactiva.

## 2. MANUAL DE IDENTIDAD GRÁFICA



## PRESENTACION

Para lograr posicionamiento y recordación clara y directa, se requiere garantizar que todos los miembros de la entidad realicen un adecuado uso del nombre, el logotipo, el eslogan los colores y demás elementos visuales que constituyen la identidad gráfica de la Contraloría General del Departamento de sucre.

A modo de instructivo hemos preparado este Manual de Identidad Gráfica, que permitirá hacer un buen uso de la imagen institucional en cada una de las secretarías y dependencias de la Contraloría General del Departamento de Sucre.

Contamos con el apoyo y compromiso de todos ustedes para el uso adecuado de la identidad gráfica de la Entidad. Esto servirá para generar, de manera consistente, una sola imagen en todos nuestros clientes, especialmente en la ciudadanía sucreña que requiere una comunicación directa, clara y confiable con el organismo de control.

Es la Oficina Asesora de Planeación la dependencia responsable de orientar el uso, cambios y aplicaciones de la identidad gráfica de la Contraloría General del Departamento de Sucre.





## 2.1 CONSTRUCCIÓN DEL LOGO

La marca gráfica es el principal signo identificador de una organización. Por tanto, es de vital importancia y debe aplicarse en todas las piezas publicitarias e informativas, respetando escrupulosamente las normas prescritas acerca de su construcción, colores, escala de reducción máxima.

**El Logotipo:** son las partes habituales de los identificadores corporativos.

En el uso de tipografía y composiciones relacionadas con la imagen corporativa de la Contraloría General del Departamento de Sucre, debe haber mucho rigor y en todos los casos, habrá que atemperarse a lo estipulado en el presente manual. Hay que resaltar que la elección de tipografía y posibilidades de composición no es casual y por lo tanto hay que respetarlas.

**El logo** de la Contraloría General del Departamento de Sucre. está conformado por: el color verde en degrade, simbolizando los colores de la bandera del Departamento de Sucre, una lupa donde se visualiza el mapa de Sucre, al lado derecho aparece inscrito Contraloría General del Departamental de Sucre y en la parte inferior el eslogan “*Control fiscal, con educación y transparencia*”. La lupa con el mapa de fondo simboliza la vigilancia en el manejo de los recursos públicos del Departamento de Sucre, y el eslogan refleja la visión del actual contralor para realizar el control y la vigilancia control con educación y transparencia.

Como se verá más adelante el logo de la Contraloría General del Departamento de Sucre tendrá dos usos diferentes, uno para el material publicitario y otro unificando para la papelería institucional. En ningún caso se permite reubicar más frases o mensajes que generen un nuevo eslogan.

Nombre o Razón Social



Símbolo ( lupa con mapa de sucre)

Eslogan



## 2.2 GEOMETRIZACIÓN DEL LOGO

A continuación se identifican las medidas de nuestro logo en una cuadrilla o malla. Es necesario cumplir con las indicaciones aquí dadas en la reproducción del logo, porque otros usos dañan la imagen y por lo tanto generan confusión entre los lectores.

**Tamaño Mínimo del Logon**, utilizado en material visual diferente a Actos administrativos, comunicaciones)

1 cm					
		3 cm			

2 cm										
				9 cm						

Las reducciones o ampliaciones se hacen siempre por la diagonal para conservar la proporción del logo. La reducción mínima debe ser de 3cm de ancho. La proporción del logo en un diseño va desde 30% como mínimo hasta 50% como máximo, según el ancho del arte.

### **2.3 USOS INADECUADOS DEL LOGAN**

No se permite manipular el logo para generarle espacios internos a otros logos de entidades departamentales, nacionales, municipales, entidades certificadoras. Tampoco se puede cambiar el orden de sus componentes para acomodarlos en una pieza publicitaria, ni se pueden crear nuevos mensajes que hagan las veces de eslogan o idea publicitaria de recordación, porque generaría confusión entre los perceptores que lean o vean el logo en un aviso o pieza de campaña.

Es muy importante mantener el logo tal como se ha definido, porque es la base simbólica de la relación de la Contraloría con la Ciudadanía, sujetos de control y demás parte interesada. El uso correcto evidencia la adecuada presencia del ente de control en eventos, actividades, Auditorias y contenidos en los cuales se hace control y vigilancia fiscal a recursos públicos.

La mayor claridad, se muestra a continuación los errores más frecuentes en la utilización del logo y lo que no se permite hacer en cuanto su manejo:

- Tamaño menor a 3 cm de ancho
- Quitar el símbolo
- Cambiar el color del nombre de la Contraloría, eslogan, símbolo u otro elemento que haga parte de este logo
- Cambiar de posición alguna pieza del logo
- Ubicar recaudos para enmarcar el logo
- Rotar el logo a cualquier posición diferente a la original
- Crear perspectivas en cualquier dirección
- Cambiar algún elemento que compone el símbolo
- El eslogan se cambia cada cuatro años de periodo del contralor, ya que este identifica su plan estratégico.

### **2.4 UBICACIÓN DEL LOGO EN EL CONTEXTO DE UN IMPRESO**

A continuación se identificarán los usos más frecuentes y las formas correctas de aplicar el logo en impresos y otras piezas que son utilizadas en las actividades rutinarias de cada una de las dependencias de la Contraloría. También se mostrara el logo cuando haga parte de un evento o actividad en el cual se presentan los logos de las entidades.

### **Papelería de la Contraloría General del Departamento de Sucre**



Con el fin de atender el principio de austeridad en la gestión pública, la papelería de la Contraloría se imprimirá en cada dependencia, haciendo uso de sus impresoras y no bajo la modalidad de hacer tirajes en litografía o tipografía que generan costos por almacenamiento, trámites administrativos y contratación.

**Sobre Lord, blanco u otro sobre.**



**Sobre de Manila Tamaño Carta u Oficio**



**Boletín de Prensa papel Bond tamaño carta**



**CONTRALORÍA**  
General del Departamento de Sucre  
*Control fiscal, con educación y transparencia*

---

Calle 20 N°20-47 Edificio La Sabanera 4 Piso Sincelejo- Sucre  
NIT 892.280.017-1 Teléfonos 2747888-2740594 Telefax 2742040  
E-mail: [contrasucra@contraloriasucra.gov.co](mailto:contrasucra@contraloriasucra.gov.co) [www.contraloriasucra.gov.co](http://www.contraloriasucra.gov.co)

## Resoluciones Papel bond Tamaño Oficio

**CONTRALORÍA**  
General del Departamento de Sucre  
*Control fiscal, con educación y transparencia*

Resolución #  
Fecha:


---

Calle 20 N°20-47 Edificio La Sabanera 4 Piso Sincelejo- Sucre  
NIT 892.280.017-1 Teléfonos 2747888-2740594 Telefax 2742040  
E-mail: [contrasucra@contraloriasucra.gov.co](mailto:contrasucra@contraloriasucra.gov.co) [www.contraloriasucra.gov.co](http://www.contraloriasucra.gov.co)



**Certificados para eventos y Capacitaciones:** Se recomienda seguir estas dos opciones de modelos de certificaciones aquí indicados.

**Opción 1:** Se usara cuando la Contraloría General del Departamento de Sucre es la organizadora del evento de capacitación. Tamaño Carta



El Contralor General del Departamento de Sucre  
Certifica que

---



---






---

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX  
\_\_\_\_\_

XXXXXXXXXXXXXXXXXXXX

**Opción 2:** Cuando es un certificado otorgado por varias entidades, incluyendo la Contraloría General del Departamento de Sucre. Tamaño carta

Certifican que:

---



---



---



---

XXXXXX  
\_\_\_\_\_

XXXXXXXX

XXXXXX  
\_\_\_\_\_

XXXXXXXX


XXXXXXXXXX  
\_\_\_\_\_

XXXXXXXXXXXX



## Tarjeta Lord

**Opción 1:** Se usará cuando la Contraloría General del Departamento de Sucre es la que invita. 17,5 x 12,5



**CONTRALORÍA**  
General del Departamento de Sucre  
*Control fiscal, con educación y transparencia*

---




---



---

Fecha:  
Hora:  
Lugar:

**Opción 2:** Se presenta la invitación cuando ésta es realizada por varias entidades. En el Caso del sobre es preferible dejarlo en blanco y solo se marcará el destinatario.




---



---



---

Fecha:  
Hora:  
Lugar:

**Plantilla de presentación en formato Power Point:** presentamos el fondo que debe utilizarse en todas las presentaciones que realicen los servidores públicos de la Contraloría General del Departamento de Sucre, tanto en eventos propios como en certámenes externos

Se recuerda que para lograr un buen impacto, el tamaño de las letras debe ser mínimo de 20 puntos, fuente Arial y hasta 7 líneas de texto( cantidad



máxima recomendada). Es clave usar la regla del contraste: Texto claro sobre fondo totalmente oscuro o texto oscuro sobre fondo claro

### Plantilla Inicial

**CONTRALORÍA**  
General del Departamento de Sucre  
*Control fiscal, con educación y transparencia*

**JAIME DEL CRISTO MUÑOZ FORTICH**  
CONTRALOR GENERAL DEL DEPARTAMENTO DE SUCRE

**INFORME RENDICION DE CUENTA**  
PERIODO 2013

**Página web:** [www.contraloriasucre.gov.co](http://www.contraloriasucre.gov.co)  
**Email:** [contrasucre@contraloriasucre.gov.co](mailto:contrasucre@contraloriasucre.gov.co)  
**Teléfono:** 2747888- 2740594 **Telefax** 2742040  
**Calle 20 n° 20-47 Edificio La Sabanera 4 piso Sincelejo-Sucre**

### Plantilla de Texto

**CONTRALORÍA**  
General del Departamento de Sucre  
*Control fiscal, con educación y transparencia*

**TITULO**

Texto





### Plantilla Final



**CONTRALORÍA**  
General del Departamento de Sucre  
*Control fiscal, con educación y transparencia*

**GRACIAS**

Lo invitamos a visitar nuestra pagina web

Manténgase informado

[www.contraloriasucre.gov.co](http://www.contraloriasucre.gov.co)

Pendón 1,50 x 2.0 m



## 2.5 Uso del Logo en piezas publicitarias

Es importante tener en cuenta la ubicación del logo de la Contraloría y el eslogan en una camiseta. Se recomienda que el estilo de la camiseta sea cuello polo o redondo.

