



Plan de comunicación estratégica 2016-2019

Santiago de Cali, Julio de 2016

1. ANTECEDENTES

El Modelo Estándar de control Interno -MECI- propone un “Modelo de Comunicación Pública Organizacional e Informativa para Entidades del Estado (MCPOI)”, que debe ser el referente conceptual y metodológico aplicado para la elaboración del Plan Estratégico de Comunicación de las Entidades del Estado.

Dicho modelo busca que los planes de comunicación de las Entidades públicas no solamente se propongan establecer unas buenas relaciones con los medios de comunicación y garantizar la difusión de sus actuaciones, sino que contribuyan a la consolidación de una cultura organizacional fundada en los principios de la función pública y encaminada a movilizar internamente a los servidores públicos en sintonía con los objetivos estratégicos propios de cada Entidad y con el cumplimiento de los fines esenciales del Estado.

La Contraloría Departamental cuenta desde el 2006 con un Plan Estratégico elaborado por la firma CASALS & ASSOCIATES INCI, la misma que asesoró al Gobierno Nacional para el Programa de Cooperación Internacional “**Fortalecimiento de la Transparencia y la Rendición de Cuentas en Colombia**”, auspiciado por la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo Internacional –USAID- .

1.1 Objetivo del Modelo

El objetivo del MCPOI es institucionalizar la comunicación en las Entidades del Estado como un **eje estratégico** (Proceso) y por consiguiente, transversal a su estructura organizacional y a la manera como se da cumplimiento al principio constitucional de publicidad y a la figura de la Rendición de Cuentas a la sociedad.

El propósito y la finalidad del MCPOI se deriva de la naturaleza misma del Estado, que es, finalmente, el fortalecimiento de lo público como vocación y razón de ser del Estado Social de Derecho.

- **Propósito:** construir en la cultura organizacional de las Entidades el imaginario del sentido de lo público y de la función del Estado como administrador de lo público.
- **Finalidad:** está encaminada a introducir en la cultura organizacional de las Entidades la noción de que administrar lo público significa generar confianza en la ciudadanía en sus instituciones.

1.2 Campos, categorías y ejes temáticos del Modelo

De acuerdo con el Modelo (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 medio masivos. (Comunicación interna/comunicación externa)

El cuadro siguiente presenta los campos, las categorías y los ejes temáticos definidos por el MCPOI:

CAMPO	EJE TEMÁTICO	CATEGORÍA
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 a la sociedad	Publicidad	Visibilidad
	Posicionamiento	

Cuadro 1. Campos, ejes temáticos y categorías del MCPOI

El MCPOI concentra su acción en tres campos de actuación:

- **Comunicación Organizacional:** campo de actuación de la comunicación que busca garantizar la organicidad y coherencia de las Entidades desde el punto de vista de la adecuada articulación de principios y acciones para lograr el propósito misional.
- **Comunicación Informativa:** campo de actuación de la comunicación que busca garantizar que las Entidades se expresen frente a la sociedad y le comuniquen su relato.
- **Rendición de Cuentas a la sociedad:** subcampo 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.

Para trabajar estos campos, el MCPOI postula tres categorías de análisis que se convierten en los tres universos de sentido que determinan sus apuestas comunicativas, cada una de estas categorías está desagregada en los 8 ejes temáticos que las aterrizan en la práctica cotidiana de la comunicación en las Entidades.

2. EL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN 2016-2019

El Plan estratégico de Comunicación 2016-2019 de la CDVC se plantea bajo el Modelo propuesto por el sistema de calidad –MECI-, partiendo de los campos de análisis definidos y asumiendo el desarrollo de los 8 ejes temáticos propuestos, pero integra además, las políticas y la perspectiva misional del nuevo Plan Estratégico de la Contraloría Departamental del Valle, formulado de manera participativa por la administración del Dr. José Ignacio Arango Bernal, denominado “Control fiscal participativo para la protección de los recursos del Valle del Cauca”.

De igual manera, el Plan se ajusta a la normatividad vigente en materia de publicidad, acceso a la información pública, lucha contra la corrupción y uso de las nuevas tecnologías para la ampliación de la democracia participativa y del control social.

En este sentido, se redefinen la política de comunicación, la política editorial y se construye una estrategia de rendición de cuentas, buscando como fin último, afianzar la confianza del vallecaucano en el órgano de control fiscal abriendo espacios para el control social y dando cuenta permanente de la gestión institucional.

Por último, y bajo la nueva perspectiva, el Plan estratégico de comunicación, identifica las situaciones de comunicación que requieren ser trabajadas y propone una nueva matriz de acción para el proceso de comunicación pública, enriquecida con nuevas “ideas fuerza” y nuevas acciones comunicativas en busca de lograr los objetivos estratégicos propuestos.

2.1 Políticas de comunicación

El Plan estratégico de la Contraloría Departamental del Valle 2016-2019 define como objetivo para el proceso de comunicación pública, el **fortalecimiento de la comunicación interna y externa** y vincula su quehacer al cumplimiento de otros objetivos estratégicos:

- Fortalecer la participación ciudadana e institucional en el control fiscal
- Mejorar el clima organizacional.

Para la administración del Dr. José Ignacio Arango Bernal, es claro entonces, que la comunicación es un eje transversal y estratégico para la entidad, y debe vincular a toda la organización; en este sentido, se creó mediante la Resolución 020 de 2016, el **Comité de comunicación pública**, el cual está integrado por un delegado de cada uno de los 11 procesos que se cumplen en la Contraloría Departamental del Valle, con el fin de apoyar el proceso de comunicación pública.

De esta manera, contando el Comité creado, se revisaron de manera participativa las políticas de comunicación y se crearon algunos instrumentos internos y de Ley.

2.1.1 Política general

“La comunicación en la Contraloría Departamental del Valle del Cauca es un eje transversal que coadyuvará al fortalecimiento de la identidad institucional, al cumplimiento

de los objetivos estratégicos y al restablecimiento de la confianza de la comunidad en el ente de control regional. Para ello se fortalecerá la disposición de apertura, interlocución y visibilidad ante los públicos, partes interesadas y comunidad, a través de los instrumentos y acciones comunicativas descritas en la política editorial, la estrategia de rendición de cuentas y el Plan de comunicación estratégica”

La comunicación gozará de un espacio institucional propio, para lo cual el despacho del Contralor Departamental proferirá los actos administrativos pertinentes y hará provisión de los recursos necesarios para su desarrollo, de acuerdo con la disponibilidad presupuestal.

2.1.1.1 Principios generales de la política

La comunicación en la Contraloría Departamental del Valle del Cauca debe atender a los siguientes principios:

- **La información es un bien colectivo y público**

Se fomentará la producción sistemática y circulación fluida de la información a través del sistema de comunicación de la Entidad.

- La Contraloría Departamental del Valle del Cauca dispondrá de mecanismos para la sistematización de los registros de su gestión, de modo que permanentemente se produzca información veraz y oportuna de todas sus actuaciones facilitando su socialización, entendimiento, aprehensión y comprensión por parte de los servidores públicos, de sus públicos y partes interesadas.
- La información en la Contraloría Departamental del Valle del Cauca es un bien colectivo indispensable para la realización del trabajo interno, pero también para el logro de una efectiva gestión pública departamental; por lo tanto, deberá fluir dinámicamente en forma descendente, ascendente y horizontal, a nivel interno y externo, para propiciar la toma acertada de decisiones a todos los niveles.

- **La comunicación es siempre en doble vía.**

La Contraloría Departamental del Valle no solo informará de manera pro activa sobre su gestión, sino que creará espacios físicos y virtuales de diálogo y retroalimentación con sus públicos y partes interesadas.

De esta manera, se fortalecerán el intercambio eficaz de información veraz para robustecer el control social y para mejorar la propia gestión atendiendo las sugerencias recibidas y dando respuestas oportunas a los requerimientos hechos.

- **La comunicación organizacional es una herramienta de gestión**

A nivel interno, la Contraloría Departamental del Valle del Cauca también informará de manera pro-activa y promoverá espacios de diálogo que contribuyan a la construcción de una cultura organizacional eficaz y ética. En este sentido la información publicada:

- Estará orientada a la apropiación y promoción de los resultados del Plan estratégico
- Contribuirá al fortalecimiento de una cultura interna que responda a la plataforma axiológica de la Entidad y al sistema de principios y valores universales.
- Contribuirá a crear espacios y condiciones para la participación de los colaboradores en la gestión.
- Los directivos ejercerán un constante liderazgo en la construcción de identidad corporativa y tendrán especial responsabilidad en promover una comunicación organizacional que permita alcanzar los objetivos estratégicos.

2.1.1.2 Públicos

Nuestra política de calidad define como públicos de la Entidad los siguientes:

- Comunidad en general
- Asamblea Departamental
- Concejos municipales
- Sujetos de control

Y como partes interesadas:

- Gobernación del Valle del Cauca
- Contraloría General de la República
- Auditoría General de la República
- Departamento Administrativo de la Función Pública
- Procuraduría General de la Nación
- Dirección Nacional de Derechos de Autor
- ICONTEC
- Sindicatos
- Organizaciones Civiles etc.

De igual manera, se identifica y se define como público interno, todos los funcionarios de la Entidad.

2.1.1.3. Sistema de Comunicación de la Entidad

La Contraloría Departamental ha definido canales de comunicación permanentes para sus públicos y partes interesadas

MEDIO	PÚBLICO OBJETIVO
Página WEB www.cdvc.gov.co	Públicos y partes interesadas
Recepción de PQD on line	Públicos
Facebook: https://www.facebook.com/ContralorValle/	Públicos
Twitter: https://twitter.com/ContralorValle	Públicos
Grupo de Whatsapp (87 periodistas)	Públicos (Medios de Comunicación)
Chat de RCL	Sujetos de Control
Correo electrónico y grupos de interés. <ul style="list-style-type: none"> • Grupo de Directores de medios y de periodistas vallecaucanos (217) • Grupo de Usuarios 	Públicos (Medios de Comunicación) (Público interno) Familia Contraloría
Intranet	Público interno

2.1.1.4 Vocería Institucional

Los pronunciamientos institucionales sobre temas estratégicos y misionales serán realizados por el representante legal de la Contraloría Departamental del Valle -salvo en aquellos casos en que él mismo delegue a algún funcionario-, estableciendo así espacios formales para la interacción con los clientes y partes interesadas.

En todo caso se velará por el cuidado de la imagen corporativa y la confidencialidad que deberán seguir todos aquellos servidores públicos que, en virtud de sus funciones o de su cargo, actúen en un momento dado como voceros de la Entidad.

2.1.1.5 Interacción informativa con los públicos de interés.

La relación de la Contraloría Departamental del Valle del Cauca con sus públicos atenderá siempre a los principios de veracidad, oportunidad y transparencia, establecidos en la normatividad vigente y a los requerimientos puntuales de la Ley y de los ciudadanos.

Para garantizar el cumplimiento de la normatividad y buscando los objetivos estratégicos planteados por la entidad, se ha definido una política editorial y un instrumento denominado “Suministro y actualización de la Información para el portal WEB” que define los contenidos, periodicidad, y responsables del aporte y publicación de la información pública de la Entidad.

Así mismo, se diseñó una estrategia de rendición permanente de cuentas a los públicos y partes interesadas, cuyo cumplimiento se garantiza a través de un seguimiento continuo.

También, el sistema de comunicación de la Entidad contempla canales interactivos que permiten la retroalimentación constante con los públicos: redes sociales, correo electrónico, sistema PQD on line, etc.

2.1.1.5.1 Interacción informativa con los sujetos de control

Dada su importancia misional, la comunicación de la Contraloría Departamental del Valle del Cauca destaca que su relación con las Entidades sujetos de control estará enmarcada en el cumplimiento de la normatividad legal vigente y de los principios y valores éticos de la institución, como Justicia, Respeto y Lealtad, con el fin de garantizar los derechos del auditado.

De esta manera, la Entidad procurará espacios efectivos y adecuados de comunicación, haciendo uso de un lenguaje sencillo y claro, en cumplimiento del compromiso ético asumido institucionalmente por cada uno de sus servidores públicos.

2.1.1.6 Interacción informativa con las partes interesadas

La interacción informativa de la Contraloría Departamental del Valle del Cauca con los organismos del Estado, tales como Congreso de la República, Contraloría General de la República, Auditoría General de la República y demás partes interesadas, estará enmarcada por el respeto y el principio de la separación e independencia de las ramas del poder público, atendiendo los diferentes requerimientos y presentando en forma oportuna y proactiva los informes tanto de carácter obligatorio como los demás que resulten del ejercicio del Control Fiscal.

De esta manera, se buscará garantizar, por todas las formas a su alcance, la circulación fluida y oportuna de información de acuerdo con sus competencias.

2.1.1.6.2 Relaciones con los medios de comunicación

La relación con los medios de comunicación, como público de especial interés para la Contraloría Departamental del Valle del Cauca, tendrá carácter institucional y estará basada en los principios de veracidad, institucionalidad y publicidad.

- La Dirección de Comunicaciones y Participación ciudadana, será la responsable de coordinar todo lo relacionado con la expresión de la Entidad y sus voceros frente a los medios.
- Se buscará establecer una relación de confianza con los medios de comunicación, centrada en la crítica objetiva y constructiva por parte de éstos y en la escucha y receptividad por parte de la Contraloría Departamental.

2.1.2 Política Editorial y actualización de contenidos en el Sitio WEB

Atendiendo los requerimientos legales y en concordancia con el Plan Estratégico, la Contraloría Departamental del Valle del Cauca, define la siguiente política editorial, que da cuenta de la producción, tipo de contenidos y responsables del manejo de la información pública de la Entidad y de su adecuada publicación.

Desde el año 2000, el Gobierno Nacional viene implementando y promoviendo en las regiones la Estrategia de Gobierno en línea –GEL- la cual tiene como propósito contribuir con la construcción de un Estado más eficiente, más transparente y participativo, aprovechando las Tecnologías de la Información y la Comunicación (Decreto 1151 de 2008).

De igual manera, la Ley 1712 de 2014 y el Estatuto anticorrupción, establecen unas políticas generales para el tratamiento de la información pública y unos contenidos mínimos a publicar en los sitios WEB.

Siguiendo estos lineamientos, la Contraloría Departamental del Valle define la siguiente política Editorial:

2.1.2.1 Generación de contenidos

2.1.2.1.1 Roles y responsabilidades

- Comité de Comunicación Pública

Fue creado a través de la Resolución 020 de 2016, está integrado por un delegado de cada uno de los 11 procesos que se cumplen en la Contraloría Departamental del Valle del Cauca, y tiene como fin apoyar el proceso de comunicación pública.

Entre las funciones establecidas está la de proveer la información sobre cada uno de los procesos al Proceso de Comunicaciones, de acuerdo con el instrumento: “Suministro y actualización de la Información para el portal WEB”, con el fin de mantener actualizado el sitio WEB y/o la producir boletines informativos para los públicos y partes interesadas.

De igual manera, deberá velar por la publicación oportuna y correcta de la información aportada.

- Generador de contenidos

El Proceso de Comunicaciones es el responsable del acopio de la información recibida del Comité de Comunicación pública, para publicar en el sitio WEB, así como de la producción y difusión, a través del sistema de comunicación de la Entidad, de los boletines informativos y/o piezas comunicacionales sobre la información de carácter noticioso que identifique.

De igual manera, podrá proponer de manera directa y pro activa la producción de contenidos noticiosos, sobre otros temas de interés que no lleguen a través del Comité de Comunicación pública.

- Supervisor de contenidos

La revisión de los contenidos noticiosos estará a cargo en primera instancia, del jefe del proceso que brinda la información, luego será revisada por el Director de Comunicaciones y Participación Ciudadana, quien a su vez gestionará la aprobación de la publicación con la Alta Dirección.

En el caso de los contenidos internos, los jefes de las direcciones o Subdirecciones generadoras harán la revisión y la orden de publicación será emitida por el Director de Comunicaciones y Participación Ciudadana

- Publicador de contenidos

La Dirección de Comunicaciones y Participación Ciudadana será la encargada de la publicación de los contenidos noticiosos y de la actualización permanente de la página WEB.

No obstante, dicha Dirección, en coordinación con la Subdirección de Informática podrá otorgar permisos a los procesos para alimentar sus espacios propios en la WEB.

2.1.2.1.2 Tipos de contenido

- **Contenidos noticiosos y declaraciones públicas**

Declaraciones públicas del Contralor Departamental del Valle del Cauca y boletines de prensa sobre los resultados de la gestión de la Contraloría Departamental del Valle, actividades y/o eventos programados.

Son producidos y difundidos por la Dirección de Comunicaciones y Participación Ciudadana

- **Campañas de promoción**

Contenidos comunicativos (texto, audio o imagen) producidos por la Dirección Director de Comunicaciones y Participación Ciudadana de Comunicaciones y Participación Ciudadana, dentro de una campaña diseñada para promover la imagen de la Entidad y/o algún evento en particular.

- **Información institucional**

Información general de la Contraloría Departamental del Valle del Cauca, que por su naturaleza y/o porque así lo determina la Ley, debe ser publicada.

2.1.2.1.3 Características de los contenidos generados

Debido a las características de los medios electrónicos, en lo posible, se requieren contenidos que puedan ser difundidos de forma rápida y masiva, y que respondan a los lineamientos que señalan el Departamento Administrativo de la Función Pública y el Departamento Nacional de Planeación -en el marco de la iniciativa de “Lenguaje Ciudadano”- y del Sistema Nacional de Servicio al Ciudadano que lidera el Programa de Reforma de la Administración Pública.

Así, se requiere que los contenidos sean:

- **Muy claros y agradables**

- Los contenidos deben ser precisos y en lenguaje sencillo. Siempre se debe tener en cuenta que están dirigidos a personas de diferentes procedencias y niveles de educación.
- No deben dar lugar a interpretaciones erradas.
- Deben cumplir las reglas sintácticas, gramáticas y ortográficas del idioma español.
- No se deben usar abreviaturas. Si éstas son indispensables, deben ir referenciadas después de que son utilizadas por primera vez, entre paréntesis, inmediatamente después del texto al que hacen referencia.
- No se deben usar siglas, si es estrictamente necesario, deben ir referenciadas después de que son utilizadas por primera vez, entre paréntesis, inmediatamente después del texto al que hacen referencia.
- No se deben usar tecnicismos. Si es estrictamente necesario utilizarlos, se debe explicar el significado del mismo inmediatamente después de que es utilizado por primera vez, incluyendo la explicación dentro de paréntesis.
- No se deben utilizar términos en idiomas extranjeros. Cuando se hace necesario su uso, estos términos deben presentarse de forma que se diferencien del resto (escribiendo el término en caracteres itálicos) y deben ser explicados inmediatamente después de la primera vez que son utilizados.
- Siempre deben observar el derecho de autor y de propiedad intelectual

- **Vigentes, relevantes, verificables y completos**

- Las dependencias deben ofrecer sólo aquellos contenidos que sean de su competencia y sobre los cuales tenga certeza de su veracidad.

- Cuando se publique información de un tercero ajeno a la entidad, se debe tener en cuenta la confiabilidad de la fuente y dar el crédito correspondiente.
- Cuando se publique información en archivos para descargar, se debe indicar la fecha de publicación o de su última actualización.
- Las imágenes, dibujos, fotos y cualquier otro material gráfico que se utilice, deben ser en lo posible originales o respetar, los derechos de autor respectivos.

- **Respetuosos e incluyentes.**

- Los contenidos publicados por la Contraloría Departamental del Valle no serán nunca ofensivos, sexistas, racistas, discriminatorios, obscenos ni deben atentar contra los derechos fundamentales de los particulares.
- Los contenidos no deben reflejar los intereses, deseos, gustos ni ningún otro tipo de tendencia de algún sector en particular. Igualmente, no deben reflejar posiciones políticas, religiosas, económicas ni de ninguna otra índole, que puedan indicar preferencias con grupos específicos.

- **Se debe mantener la privacidad**

- Se respetará siempre el derecho a la privacidad de personas naturales y jurídicas, así como el derecho a su honra y buen nombre, de acuerdo con la Ley.
- Bajo ningún concepto se publicará la información que la Contraloría Departamental del Valle ha definido como Reservada y Clasificada.

2.1.2.1.4 Suministro y actualización de la información para el sitio WEB de la Entidad.

Esta actividad está a cargo del Comité de Comunicación Pública, coordinado por el Jefe de la Dirección Director de Comunicaciones y Participación Ciudadana de Comunicaciones y Participación Ciudadana, y se cumplirá siguiendo el formato anexo denominado “Suministro y actualización de la información en el sistema de comunicación de la Entidad”.

Dicho instrumento, se creó para cumplir con las exigencias de la Ley 1712, del Estatuto anticorrupción y de la estrategia de Gobierno en línea, además de la normatividad relacionada, con el ánimo de garantizar la transparencia y el pleno acceso a la información pública generada en la Contraloría Departamental del Valle del Cauca, por parte de sus públicos, partes Director de Comunicaciones y Participación Ciudadana interesadas y población en general.

Ver anexo 1.

2.1 Desarrollo de las categorías de análisis y de los ejes temáticos del Modelo en la CDVC

2.1.1. Apertura

Es la capacidad organizacional de resonar, de estar abierta. La Entidad pública, de manera particular, se debe a sus audiencias externas, existe justamente en función de la ciudadanía y para ello debe ser receptiva y desarrollar en los servidores públicos una cultura de servicio.

Ejes temáticos:

- **Receptividad:** la Contraloría del Valle del Cauca será una Entidad de puertas abiertas, dispuesta a escuchar a los clientes internos y externos, y a actuar en consecuencia, alineando sus objetivos con el interés de la comunidad vallecaucana a la cual se debe.

La comunicación pública es el instrumento mediante el cual se optimiza la gestión y se objetiva la relación Directivos /funcionarios y Entidad/comunidad, por ello garantizar su flujo adecuado debe ser un objetivo para cada proceso y para toda la Entidad en general.

- **Actitud de servicio:** La Contraloría Departamental es una Entidad que presta un servicio muy importante a la comunidad vallecaucana: cuida que los recursos públicos se gestionen eficientemente y se direccionen hacia la consecución del bienestar general. Este servicio es su razón de ser, por ello los funcionarios deben verse a sí mismos como servidores públicos y aliados de la comunidad.

2. 1.2 Interlocución

La interlocución es la definición misma de la comunicación. Comunicar no es informar, es la capacidad de construir sentido compartido, visión compartida. Hay interlocución cuando el dirigente y la organización desarrollan la capacidad de dialogar y están abiertos a conversar y a interactuar con sus equipos de trabajo.

De igual manera, hay interlocución cuando generamos espacios de diálogo con la comunidad.

Ejes temáticos:

- **Visión compartida:** los funcionarios de la Contraloría Departamental “hablarán un mismo lenguaje”. Velarán por el cumplimiento del manual de procedimientos establecido y compartirán los valores de la Entidad, dirigiendo sus esfuerzos hacia el cumplimiento de la misión y construyendo cada día la Entidad que visualizan y necesitan los vallecaucanos.

Así mismo, la comunidad tendrá una percepción adecuada de la Contraloría Departamental del Valle del Cauca, percepción que previamente hemos definido como Entidad y que construiremos a través de las estrategias comunicativas que se han diseñado.

- **Trabajo colaborativo:** a través de un estilo de dirección comunicativo, participativo y de liderazgo (contrario al tradicional estilo autocrático y poco visible que caracteriza a las entidades públicas), la Contraloría del Valle estimulará el flujo de la información y la construcción de redes de mutua ayuda (Comité de Comunicación pública) que permita cumplir los objetivos institucionales de la manera más idónea.

- **Sistematización de la Información:** La Contraloría Departamental cumplirá lo dictaminado por la Ley y las normas que rigen la función pública para el manejo general de la documentación y de la información de la Entidad; pero adicionalmente, procurará sistematizar el conocimiento y socializarlo a través de publicaciones o capacitaciones permanentes de amplia cobertura, ya sean presenciales o virtuales.

- **Socialización de la información:** bajo un estilo de dirección de liderazgo, se logrará convocar, seducir y alinear a los funcionarios para el cumplimiento de los objetivos misionales a través de la socialización cotidiana de la información, de tal manera que el colectivo disponga de todos los elementos necesarios para conocer y dimensionar su labor.

De igual manera, la comunidad podrá conocer, seguir y participar en la gestión de la Entidad.

2.1.3. Visibilidad

Al hacer visible la gestión, al contar e informar lo que se está haciendo, la Entidad y su representante legal, no solamente dan a conocer los resultados de su gestión sino que demuestran un genuino interés por brindar un servicio a la sociedad. Cuando se es visible se genera confianza y se construye por consiguiente la idea de que la Entidad le sirve a la comunidad.

Ejes temáticos:

- **Publicidad:** La Contraloría definirá una línea editorial (ideas fuerza) y a partir de ella contará a la comunidad su quehacer de manera clara y constante buscando construir una percepción positiva de su gestión y una buena imagen corporativa.

- **Posicionamiento:** al ser visible de manera positiva, la entidad y su director irán posicionando su imagen ante la comunidad como una Entidad de servicio público que busca garantizar el cumplimiento de los fines últimos del Estado, vigilando la gestión de sus instituciones.

2.2 EL DISEÑO DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIÓN 2016-2017

El diseño del Plan de Comunicación debe partir de interpretar una situación que requiere ser trabajada (diagnóstico de la comunicación) y de formular las políticas de comunicación de la Entidad.

De esta manera se construyó una matriz estratégica, la cual define las ideas reguladoras que van a ser comunicadas a través de los mensajes y establece los temas críticos sobre los cuales es preciso intervenir con sus correspondientes objetivos.

Es necesario para ello caracterizar los públicos que serán objetivo del Plan y construir la red de editores (mediadores) a través de la cuales va a instrumentalizarse la comunicación, para proceder a la modelación del Proceso de Comunicación Pública.

Finalmente, de los objetivos trazados en la misma matriz de diseño 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.

2.2.1 Breve Caracterización de la Entidad

La Contraloría Departamental del Valle del Cauca cumplió en el 2016 92 años. Posee una estructura jerárquica y su planta de cargos está conformada por 121 funcionarios: 29 de Libre nombramiento y remoción, 11 profesionales especializados y 50 profesionales (90 profesionales en total). 14 funcionarios son del nivel técnico y 20 de nivel asistencial

Antigüedad

70 funcionarios de los 121 actuales, llevan al menos 10 años (61 funcionarios más de 20 años y 3 más de 30).

42 funcionarios llevan un año o menos en la Entidad, entre los cuales estamos contando a los 29 directivos.

Entidad certificada

El Sistema Integrado de Gestión -SIG, se adecuó a los requisitos establecidos en la norma ISO 9001:2008, la NTC GP 1000:2009 y los aspectos requeridos por el Modelo Estándar de Control Interno establecidos por el Decreto 1599 de 2005, actualizado con el Decreto 943 del 2014. En el proceso de articulación se unificaron criterios y parámetros básicos de control e identificaron elementos comunes de las normas, con el propósito de contar con un sólido instrumento de gestión y control, que la Entidad vigila y se preocupa por mantener y mejorar.

Cumpliendo con toda la normatividad vigente, la Contraloría tiene como norte un Plan estratégico que junto con el Manual del buen gobierno, el código de ética, el Plan de lucha contra la corrupción, el Plan de Comunicación y demás documentos operativos, constituyen su brújula.

2.2.2 El Diagnóstico sobre el Estado de la Comunicación

Lamentablemente la Entidad no cuenta con un diagnóstico en profundidad sobre el Estado actual de la Comunicación. Lo que se hace anualmente es evaluar el grado de satisfacción del cliente interno con la gestión de la misma.

Así las cosas, la primera tarea será diseñar un instrumento de diagnóstico para ser aplicado en la Entidad próximamente.

Entre tanto, es bueno considerar los resultados de la última encuesta de satisfacción aplicada en Diciembre de 2015, a los funcionarios de la Contraloría Departamental sobre la comunicación interna.

2.2.2.1 Resultados encuesta interna de satisfacción del cliente interno

Se realizaron 39 encuestas a igual número de funcionarios de todos los niveles y con antigüedad variable.

Satisfechos: 28

Muy satisfechos: 8

Los medios de comunicación interna más valorados fueron en su orden: reuniones, comunicación formal, correo institucional, intranet, boletín interno, mensajes institucionales, cartelera y buzón de sugerencias. Vale anotar que desde este año (2016) los boletines internos y los mensajes institucionales se reemplazaron por Intranet.

Para los funcionarios encuestados, la comunicación interna si da a conocer la misión, visión y objetivos de la Entidad (26 con alta calificación)

De igual manera califican como buenas las herramientas de comunicación existente y la comunicación interna. El personal a cargo del proceso de califica como idóneo (32 de 39).

Como principales sugerencias se señala:

- Mayor disposición de la alta dirección para la comunicación.
- Escuchar más a los funcionarios
- Colocar un chat a intranet.
- Mayor inmediatez.

2.2.3 Política de comunicación de la Entidad.

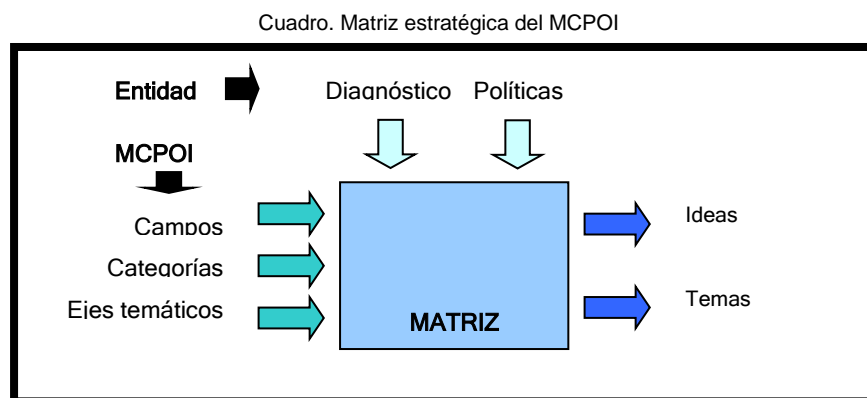
2.2.3.1 Política general.

LA COMUNICACIÓN EN LA CONTRALORÍA DEPARTAMENTAL DEL VALLE DEL CAUCA ES UN EJE ESTRATÉGICO QUE BUSCA LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD INSTITUCIONAL Y EL LOGRO DE LOS OBJETIVOS MISIONALES Y DE TRANSPARENCIA QUE BUSCA LA ENTIDAD. PARA ELLO SE PROPONE EL FORTALECIMIENTO DE SU DISPOSICIÓN DE APERTURA, INTERLOCUCIÓN Y VISIBILIDAD A TRAVÉS DE LAS ACCIONES COMUNICATIVAS PROPUESTAS EN SU PLAN DE COMUNICACIÓN ESTRATÉGICA.

2.2.3.2 Políticas específicas:

- 1. La comunicación organizacional está orientada a la apropiación de una visión compartida de presente y futuro de la Entidad.*
- 2. La Información es un bien colectivo y público*
- 3. La apertura y visibilidad son las características principales de la comunicación con nuestros públicos.*
- 4. Los pronunciamientos institucionales sobre temas estratégicos y misionales serán realizados por el titular de este organismo, salvo excepciones que él establezca, y en espacios formales de interacción con sus públicos y partes interesadas.*
- 5. La relación de la Contraloría Departamental del Valle del Cauca con los medios de comunicación tendrá carácter institucional y estará basada en principios de veracidad, libertad, oportunidad y publicidad.*
- 6. La interacción informativa de la Contraloría Departamental del Valle del Cauca con los organismos del Estado, tales como Congreso de la República, Concejos Municipales, Asambleas Departamentales, Procuraduría, Personerías, Auditoría General de la República, Fiscalía y demás Contralorías, estará enmarcada por el respeto y el principio de la separación e independencia de las ramas del poder público, atendiendo los diferentes requerimientos y presentando en forma oportuna los informes tanto de carácter obligatorio como los demás que resulten en el ejercicio del Control Fiscal.*
- 7. La comunicación de la Contraloría Departamental del Valle del Cauca con las Entidades sujetos de control estará enmarcada en el cumplimiento de la normatividad legal vigente y de los principios y valores éticos de la institución, con el fin de garantizar los derechos del auditado.*
- 8. La Contraloría Departamental del Valle está obligada a velar por su imagen corporativa, por ello el Manual para este efecto es de estricto cumplimiento.*

2.2.4 Matriz estratégica



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 la encuesta de satisfacción y las políticas de la Entidad, para arrojar como resultado dos insumos básicos del Plan de Comunicaciones: las ideas reguladoras que definen enfoques y contenidos para los mensajes que van 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 para las 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 las encuestas aplicadas.

2.2.4.1 Ideas reguladoras

- Plantean los conceptos o criterios que le dan sentido a la comunicación en la Contraloría Departamental del Valle del Cauca 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 slogans o frases imaginativas sin mayor profundidad.

Las siguientes son las ideas reguladoras para el Plan de Comunicación de la CDVC 2016-2017.

COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL

- En los espacios de diálogo permanente se construye la visión compartida.
- Somos servidores públicos y cumplimos con una misión social trascendente: controlar las finanzas del departamento destinadas a garantizar el bienestar de los vallecaucanos.
- La Comunidad es nuestra aliada y nuestro cliente principal.

COMUNICACIÓN INFORMATIVA.

- Comunicar no es solo informar, es crear identidad de sentido con los públicos.
- La comunicación es un proceso transversal a la Entidad y mejora la gestión. Garantizar su flujo adecuado es un objetivo de toda la Entidad.
- La comunicación es la herramienta para cumplir con el principio de publicidad y rendición de cuentas, por lo tanto, es un deber institucional.
- Comunicar es ser visible y ser visibles es generar confianza.

VISIBILIDAD

- El Control Fiscal es un instrumento técnico, autónomo e independiente que permite fortalecer las finanzas del departamento destinadas a garantizar el bienestar de los vallecaucanos.
- El ejercicio del control debe ser proactivo y busca mejorar la gestión pública, pero ante todo garantizar el adecuado uso de los recursos en beneficio de los vallecaucanos.
- La Comunidad es nuestra aliada y nuestro cliente principal.

2.2.4.2 Ruta crítica temática

Reordena los ejes temáticos en función de los objetivos comunicacionales buscados, estableciendo cuáles serán trabajados en el Plan de Comunicación porque requieren de una acción prioritaria.

El Plan de Comunicación de la CDVC 2016-2017, continuará fortaleciendo los temas identificados como prioritarios en su Plan de Comunicaciones anterior, pues aun son pertinentes:

TEMA CRÍTICO 1.

RECEPTIVIDAD INSTITUCIONAL PARA LA CONSTRUCCIÓN DE LA CONFIANZA

HIPÓTESIS DE CAMBIO: Escuchar las demandas, sugerencias y reclamos del ciudadano y del mismo servidor público, tomar decisiones y socializarlas. Esta actitud, aunada a la prestación de un buen servicio, hará de la Contraloría una Entidad receptiva y fortalecerá la confianza ciudadana en las Entidades de control fiscal.

OBJETIVO: Consolidar una Entidad de puertas abiertas con un alto sentido de servicio y conciencia de que su misión se cumple al lado de la comunidad.

TEMA CRÍTICO 2

ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO

HIPÓTESIS DE CAMBIO: Cuando la Contraloría alinea estratégicamente a sus servidores públicos y promueve el trabajo colaborativo construye visión compartida. Estamos ante un nuevo Plan estratégico que requiere ser socializado y trabajado al interior de la entidad para ser asumido por los funcionarios.

OBJETIVO: Construir Visión Compartida mediante la promoción de la comunicación asertiva y el trabajo en equipo. La idea es que “dialogando se construye una visión compartida”.

TEMA CRÍTICO 3

CALIDAD Y COBERTURA DE LA INFORMACIÓN INTERNA

HIPÓTESIS DE CAMBIO: Cuando la Contraloría sistematiza y socializa la información sobre la gestión mejoran la toma de decisiones y la eficacia en el trabajo.

OBJETIVO: Implementar un sistema de socialización de la información a través de instrumentos que garanticen el flujo de la comunicación Interna: intranet, correo institucional y las redes sociales.

TEMA CRÍTICO 4.

INFORMACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS PARA GENERAR CONFIANZA EN EL CONTROL FISCAL

HIPÓTESIS DE CAMBIO: Con el suministro de información y Rendición de Cuentas permanente, la Contraloría cumple con el principio constitucional de la publicidad y construirá confianza ciudadana en la vigilancia de la gestión fiscal.

OBJETIVO: Suministrar información permanente, transparente y confiable a clientes y partes interesadas, ajustando, además, el procedimiento para la Rendición de Cuentas a la normatividad vigente.

2.2.4.3 La Matriz de la comunicación estratégica

		<div>IDEAS REGULADORAS</div>	<div>COMUNICACIÓN ORGANIZACIONAL</div> <ul style="list-style-type: none">• En los espacios de diálogo permanente se construye la visión compartida.• Somos servidores públicos y cumplimos con una misión social trascendente: la de velar por el cumplimiento del fin último del estado (el bienestar social de la comunidad)• La Comunidad es nuestra aliada y nuestro cliente principal. <div>COMUNICACIÓN INFORMATIVA. (COMUNICAR NO ES SOLO INFORMAR)</div> <ul style="list-style-type: none">• La comunicación es un proceso transversal a la Entidad y mejora la gestión. Garantizar su flujo adecuado debe ser <u>un objetivo</u> de cada proceso y de toda la Entidad.• La comunicación es la herramienta para cumplir con el principio de publicidad y rendición de cuentas, por lo tanto, es un <u>deber</u> institucional.• Comunicar es ser visible y ser visibles es generar confianza. <div>VISIBILIDAD</div> <ul style="list-style-type: none">• El Control Fiscal es un instrumento técnico, autónomo e independiente que permite fortalecer las finanzas del departamento destinadas a garantizar el bienestar social.• El ejercicio del control debe ser proactivo y buscar mejorar la gestión pública, pero ante todo garantizar el adecuado uso de los recursos en beneficio de la comunidad.• <u>La Comunidad es nuestra aliada y nuestro cliente principal.</u>
--	--	----------------------------------	--

RECEPTIVIDAD INSTITUCIONAL PARA RECUPERAR LA CONFIANZA PERDIDA

Escuchar las demandas, sugerencias y reclamos del ciudadano y del mismo servidor público, tomar decisiones y socializarlas y prestar un buen servicio, hace de la Contraloría una Entidad receptiva y fortalece la confianza ciudadana en el ejercicio del control fiscal.

Objetivo: Consolidar una Entidad de puertas abiertas con un alto sentido de servicio y conciencia de que su misión se cumple al lado de la comunidad.

Estrategia política: solicitar al Comité Técnico la promoción y apoyo de espacios de expresión y escucha que logren afianzar la receptividad institucional tanto para el cliente interno como externo

Estrategia organizativa: Facilitar espacios permanentes de diálogo con el cliente externo e interno de la entidad.

Acciones externas:

- Apoyar la construcción de una buena base de datos de la comunidad organizada y promover acercamientos con ellos a través de capacitaciones y conversatorios que fortalezcan el control social.
- Promover la participación de los ciudadanos en las redes sociales de la Entidad trasladando sus requerimientos a las dependencias según competencia.
- Promoción de nuestras herramientas participativas para el control social.
- Realizar jornadas de recepción de quejas y denuncias ciudadanas previa realización de las auditorías regulares.

Acciones internas:

- Promover la creación de un espacio físico y virtual de comunicación permanente entre directivos y funcionarios.
- Comunicar eficazmente las decisiones administrativas que impacten a los funcionarios.
- Destacar y estimular a los servidores públicos que se esfuercen por lograr la excelencia.
- A través de la Escuela de capacitación y del Comité de ética, promover actividades de fortalecimiento de los valores institucionales.

	<p>Visión Compartida / Trabajo Colaborativo</p>	<p>ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO</p> <p>Cuando la Contraloría alinea estratégicamente a sus servidores públicos y promueve el trabajo colaborativo construye una visión compartida. Estamos ante un nuevo Plan estratégico que requiere ser asumido por los funcionarios de la Entidad.</p> <p><u>Objetivo:</u> Construir Visión Compartida mediante la socialización y promoción de los objetivos de la plataforma axiológica y de los objetivos del Plan estratégico.</p> <p><u>Estrategia política:</u> Sensibilizar a la alta dirección sobre la importancia de desarrollar una cultura de la comunicación y del trabajo en equipo como mecanismo de construcción de visión compartida.</p> <p><u>Estrategia organizativa:</u> promover actividades al interior de la Entidad que permitan la reflexión a apropiación colectiva del nuevo Plan Estratégico.</p> <p><u>Acciones internas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Socialización y promoción del nuevo logo de la Entidad. • Elección del servidor público destacado con base en la apropiación de la plataforma axiológica de la Entidad • Definición participativa del slogan que acompaña el logo de la Entidad. • Socialización y promoción de los planes de acción por proceso, que llevarán al cumplimiento de los objetivos estratégicos. • Socialización y promoción del Plan de Bienestar de la Entidad. • Socialización del Plan de Capacitación • Promoción del uso de los Foros de Intranet desde el Despacho de la Subcontraloría.
--	--	---

<p>INFORMATIVO</p>	<p>Sistematización / Socialización Información</p>	<p>CALIDAD Y COBERTURA DE LA INFORMACIÓN INTERNA / EXTERNA</p> <p>Cuando la Contraloría sistematiza y socializa la información sobre la gestión mejoran la toma de decisiones y la eficacia en el trabajo.</p> <p><u>OBJETIVO:</u> Implementar un sistema de socialización de la información a través de instrumentos que garanticen el flujo de la comunicación Interna y que dinamicen la comunicación externa.</p> <p><u>Estrategia política:</u> Proponer y gestionar la aprobación de la Resolución que crea el Comité de Comunicación pública en la Entidad, instrumento que garantizará un flujo continuo de la información, además de estimular el compromiso de toda la Entidad con la publicidad y transparencia de la gestión.</p> <p><u>Estrategia organizativa:</u> Poner en marcha el Comité de Comunicación Pública, y fortalecer y/o crear herramientas de comunicación interna/externa en la Entidad que permitan la amplia difusión de la información recopilada.</p> <p><u>Acciones internas:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Creación y socialización de la Resolución que crea el Comité de comunicación Pública en la Entidad. • Definir, mediante el Anexo 3 del proceso 1 de comunicación pública, las responsabilidades en cuanto a la publicación de la información de la Entidad según la normatividad vigente. • Elaborar boletines de prensa de todas las auditorías e informes que se produzcan en la Entidad y que sean de impacto. Su publicación estará sujeta a las disposiciones de la Alta dirección. • Promover la apropiación de nuestra Intranet para informar sobre las actividades de los procesos. Cada proceso puede divulgar sus actividades directamente o a través de la oficina de comunicación. • Impulsar campañas internas para posicionar las ideas reguladoras institucionales y las iniciativas que surjan de los procesos. • Promover el uso y promoción de nuestras redes sociales.
---------------------------	---	--

INFORMACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS PARA GENERAR CONFIANZA EN EL CONTROL FISCAL

Con el suministro de información y Rendición de Cuentas permanente, la Contraloría cumple con el principio constitucional de la publicidad y genera confianza ciudadana en el control fiscal.

Objetivo:

Suministrar información permanente, transparente y confiable a clientes y partes interesadas. Así mismo, se ajustará el proceso de Rendición de Cuentas.

Estrategia política: Sensibilizar a los directivos sobre la necesidad de posicionar a la Entidad y generar confianza en el control fiscal, a través de la comunicación permanente con nuestro públicos.

Estrategia organizativa: fortalecer y/o crear herramientas de comunicación efectivas.

Acciones por públicos de interés:

COMUNIDAD

- Concertar con las otras contralorías del Valle una campaña masiva de promoción de la función y razón de ser de las Contralorías. Nuestra propuesta de imagen a posicionar será la de una **Entidad aliada de la comunidad que vela por la buena gestión de los recursos buscando el bienestar social.**
- Realizar una campaña de promoción masiva de nuestras herramientas de participación ciudadana: PQD y Observatorio ciudadano (posterior al posicionamiento de la Entidad). La herramienta del Observatorio debe ser optimizada.
- Rediseño de la WEB e intranet para hacerlas más exequibles a sus clientes.
- Apoyar la creación y promoción de nuestra Escuela Virtual de formación de Veedores ciudadanos como una estrategia de fortalecimiento del control social, pero también de cercanía con la comunidad.

DIPUTADOS Y CONCEJALES

- Desarrollar el Boletín Contraloría Valle al Día dirigido a este público específico, donde se podrán descargar tanto los informes ejecutivos como los informes completos de todas las auditorías, al finalizar cada ciclo.
- Concertar con los Diputados /Concejales reuniones explicativas de los informes técnicos cuando éstos lo requieran.

MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

- Estar informados a través del monitoreo de medios del contexto regional y elaborar informes sobre las temáticas posicionadas en la agenda mediática.

		<ul style="list-style-type: none"> • Actualizar permanentemente el listado de medios masivos • Elaborar boletines de prensa periódicos para difundir los temas de la entidad promoviendo las ideas reguladoras. • Concertar/ Contratar espacios en los medios masivos de comunicación para comunicar los Informes de auditoría al finalizar cada ciclo. La meta es que todas las auditorías sean conocidas por la comunidad. • Informar en tiempo real, a través de las Redes sociales, la gestión de la Entidad. Es necesario optimizar éstas herramientas. • Promover la realización de ruedas de prensa para alcanzar mayor impacto con los informes; no obstante, la decisión está realmente en manos de la alta dirección, por ello se implementarán estrategias alternativas como: ofrecer información exclusiva s a medios influyentes o buscar entrevistas en profundidad en programas de opinión. • Establecer contacto personalizado con los periodistas de los principales medios a través de whatsapp. • Contactar con los medios de los municipios cuando se prevé una visita y brindarles espacio para hacer el cubrimiento. <p>SUJETOS DE CONTROL</p> <ul style="list-style-type: none"> • Difusión de las Instalación de auditorías • Difusión de las visitas periódicas del Contralor a los equipo de trabajo. • Difusión de las capacitaciones más relevantes
--	--	--

2.3 Cronograma

El presente Plan de comunicaciones se presenta para aprobación del Director Operativo de Participación ciudadana en Julio y se espera que sea adoptado por Resolución, momento a partir del cual empezará a ejecutarse.

2. 4 Presupuesto

El presupuesto inicial destinado al desarrollo del presente Plan de Comunicación está compuesto por los recursos asignados (y por asignar) y la estructura actual de la Dirección Operativa para Comunicaciones y Participación Ciudadana, encargada de liderar la ejecución del Plan, a través de un profesional en comunicación social.

2. 5 Responsables:

ALEXANDER SALGUERO ROJAS

Director Operativo para Comunicaciones y Participación Ciudadana

JENNY LAGOS ENRÍQUEZ

Profesional Oficina de Comunicaciones.