

MEMORANDO



Al contestar, por favor cite el radicado:

No.: **20241100095163**

Página 1 de 1

Bogotá D.C., 28 de Noviembre de 2024

PARA: **MARCO GIOVANNI GONZALEZ ROMERO (E)**
Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales

DE: **OFICINA DE CONTROL INTERNO**

ASUNTO: Comunicación Informe de Auditoría al Proceso de Comunicaciones - Acciones de Imagen y Confianza

La Oficina de Control Interno, en cumplimiento con el Plan Anual de Auditorías 2024, aprobado por el Comité de Coordinación de Control Interno de la UAESP, remite el informe correspondiente a la auditoría realizada al proceso de comunicaciones. Esta auditoría se enfocó principalmente en evaluar las acciones implementadas en materia de imagen y confianza, con el fin de identificar las estrategias adoptadas por el proceso para fortalecer la comunicación interna y externa, así como la efectividad de estas en la construcción y mantenimiento de una imagen institucional sólida y confiable.

En el informe se detallan cuatro (4) observaciones que requieren la formulación de un Plan de Mejoramiento, junto con algunas recomendaciones que quedan a criterio del proceso para su análisis y posible inclusión en el Plan de Mejoramiento. Se solicita que el Plan de Mejoramiento sea remitido a la OCI, dentro del término de diez (10) días hábiles siguientes a la recepción de este informe.

Finalmente, la Oficina de control Interno agradece la atención y colaboración brindada durante el desarrollo de este ejercicio de auditoría y quedamos atentos a cualquier información o aclaración al respecto.

Cordialmente,

Sandra Beatriz Alvarado Salcedo
Firmado digitalmente
por Sandra Beatriz
Alvarado Salcedo
Fecha: 2024.11.28
18:57:41 -05'00'

SANDRA BEATRIZ ALVARADO SALCEDO

Jefe Oficina de Control Interno

e-mail: Sandra.alvarados@uaesp.gov.co

Anexos: Un (1) archivo digital que contiene el informe de auditoría

Elaboró: Carmen Liliana Villa Reina – Profesional Universitario (E) - OCI

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

CONTENIDO

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA AUDITORIA	2
2. DESARROLLO DE LA AUDITORÍA	3
2.1. Planeación	3
2.2. Contexto – Imagen y confianza de las entidades públicas en el marco del MIPG.	3
2.3. Ejecución	4
2.2.1 Comunicaciones internas.....	5
2.2.2 Comunicaciones externas.....	8
2.2.3 Interacciones en redes sociales.....	13
2.2.4 Seguimiento a las observaciones del informe de auditoría anterior sobre el proceso de comunicaciones	16
3. CONFORMIDADES Y FORTALEZAS, O ASPECTOS POSITIVOS ENCONTRADOS...	18
4. OBSERVACIONES.....	18
5. SOLICITUD DE CORRECCIÓN O ACCIONES CORRECTIVAS	20
6. CONCLUSIONES	20
7. RECOMENDACIONES.....	21
8. APROBACIÓN.....	22

Lista de Tablas

Tabla 1- Información de la auditoria.....	2
Tabla 2 - Información Seguidores redes sociales.....	14
Tabla 3 - Impresiones/Alcance/Visualizaciones redes sociales	14
Tabla 4 - Publicaciones redes sociales.....	15
Tabla 5 - Observaciones de la auditoría	18
Tabla 6 – Solicitud de Correcciones o Acciones Correctivas.....	20
Tabla 7 - Recomendaciones por proceso	21

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA AUDITORIA

Tabla 1- Información de la auditoria

ENFOQUE DE LA AUDITORIA INTERNA	Gestión de resultados y legal.
INFORME	Auditoría Acciones de Imagen y Confianza (FURAG)
PROCESO, PROCEDIMIENTO	Gestión de las Comunicaciones
RESPONSABLE O AUDITADOS	Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales - equipo de trabajo encargado de la gestión de las comunicaciones en la UAESP.
OBJETIVO	Verificar el cumplimiento de los procedimientos y políticas establecidos por la UAESP en el Sistema Integrado de Gestión (SIG), frente a los aspectos de imagen y confianza que denoten su fortalecimiento; así como verificar los lineamientos de la política de Comunicaciones del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG).
ALCANCE	Verificar y validar las acciones implementadas para fortalecer la imagen y la confianza de la UAESP desde el 01 de enero al 30 de septiembre de 2024.
PERIODO DE EJECUCIÓN	Del 28 de octubre al 30 de noviembre de 2024
EQUIPO AUDITOR	Sandra Beatriz Alvarado Salcedo Carmen Liliana Villa Reina (CLVR)
DOCUMENTACIÓN ANALIZADA	<ul style="list-style-type: none"> • Modelo Integrado de Planeación y Gestión-MIPG. • Manual Operativo del Modelo Integrado de Planeación y Gestión, Versión 5, de marzo de 2023. • FURAG. • Procedimientos y documentos internos: Comunicación interna y externa, relaciones interinstitucionales y administración de redes sociales. Plan Estratégico de comunicaciones, protocolos del proceso de gestión de comunicaciones y documentos de interés de la entidad.

2. DESARROLLO DE LA AUDITORÍA

2.1. Planeación

La auditoría al proceso de comunicaciones, enfocada en verificar las acciones implementadas por parte de la entidad para fortalecer la Imagen y Confianza de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos (UAESP), se llevó a cabo conforme al cronograma establecido en el Plan de Auditoría, comunicado mediante memorando 20241100086843 a las partes interesadas. El objetivo principal de la auditoría fue evaluar las acciones llevadas a cabo durante los meses de enero a septiembre de 2024, para fortalecer la imagen institucional y fomentar la confianza tanto en los funcionarios por medio de las comunicaciones internas, como en la ciudadanía, por medio de las comunicaciones externas sobre los servicios ofrecidos por la Entidad.

Durante esta etapa, se definieron los objetivos y criterios a tener en cuenta para la ejecución de la auditoría, se estableció el alcance de la misma, y se elaboró el cronograma para llevar a cabo las distintas actividades previstas.

Posteriormente, fue comunicado el plan de auditoría, se realizó reunión de apertura, se realizó solicitud de información y reunión de aclaraciones con el proceso auditado, cumpliendo de esta forma con la fase de ejecución de este ejercicio auditor.

2.2. Contexto – Imagen y confianza de las entidades públicas en el marco del MIPG.

La información y la comunicación es una dimensión clave del Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) que permite a las organizaciones públicas fortalecer su imagen y construir confianza con sus grupos de valor, tanto internos (empleados y colaboradores) como externos (ciudadanía y otros interesados). Este enfoque transversal de la información y la comunicación es fundamental para maximizar el uso y aprovechamiento de la información

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

en los procesos internos de la entidad, como la toma de decisiones y la elaboración de políticas públicas, así como para mejorar la interacción con los ciudadanos.

En el marco del MIPG, es crucial que la información y los documentos que la respaldan (en formatos escritos, electrónicos, audiovisuales, entre otros) sean producidos y gestionados de manera que faciliten la operación de la entidad, el desarrollo de sus funciones, la seguridad y protección de la información, y garanticen su trazabilidad. Además, asegurar que esta información sea accesible para los ciudadanos es vital para la gestión del conocimiento y la toma de decisiones informadas, lo cual refuerza la confianza pública en la entidad.

La comunicación juega un papel esencial en la difusión y transmisión de la información gestionada dentro de la entidad, tanto internamente como en su relación con los ciudadanos. La transparencia en la toma de decisiones y el acceso a la información pública son también componentes esenciales de esta dimensión, pues fortalecen la confianza de los ciudadanos en la entidad pública y por ende impactan en el mejoramiento de su imagen.

Es fundamental identificar y utilizar canales de comunicación adecuados para transmitir información de interés a los grupos de valor de la entidad. Esto no solo promueve la transparencia en la gestión, sino que también refuerza la integridad de los servidores públicos y la confianza de los ciudadanos en la entidad, mejorando así su imagen pública.

2.3. Ejecución

La auditoría se ejecutó considerando las actividades descritas en los procedimientos del sistema integrado de gestión del proceso de comunicaciones, el Plan Estratégico de Comunicaciones de la vigencia 2024, las evidencias aportadas, y lo manifestado por parte del proceso en las reuniones programadas. Igualmente, se analizaron contenidos publicados en página web oficial de la UAESP, temas compartidos en redes sociales verificando interacción ciudadana, y comunicaciones internas gestionadas a través del correo institucional.

2.3.1 Comunicaciones internas

El procedimiento de comunicaciones internas de la UAESP está diseñado para fortalecer la imagen y confianza de la entidad entre sus funcionarios, mediante una gestión eficiente y estratégica de la información compartida en sus canales internos. Este procedimiento abarca actividades desde la solicitud inicial hasta la publicación de contenidos, buscando alinear las comunicaciones con los valores institucionales y promover la cohesión organizacional.

2.3.1.1 Canales de comunicación interna

La UAESP utiliza diversos medios para consolidar su imagen y generar confianza entre sus colaboradores, destacándose:

- ✓ Correo electrónico institucional: Herramienta clave para la distribución de información relevante.
- ✓ Pantallas digitales: Espacios dinámicos que refuerzan mensajes clave.
- ✓ Página web: Punto de referencia para información organizacional.
- ✓ Papel tapiz: Utilizado como soporte visual motivador.
- ✓ Infraestructura física: Aprovechada para visibilizar mensajes estratégicos.

2.2.1.2 Productos comunicativos

Los principales productos, como el *Boletín Digital Interno*, el *Noticiero Interno* y el *Newsletter #EnLasRedesNosVemos*, han contribuido al fortalecimiento de la imagen institucional. Sin embargo, de acuerdo con lo manifestado por el proceso, algunos de estos productos no se están generando a la fecha, de acuerdo a directrices de la alta dirección, lo que ha hecho que se modifique el alcance de las estrategias para fortalecer la cohesión organizacional y la percepción interna. Ante esta situación, el proceso manifestó que se planea su reactivación a partir de diciembre de 2024.

2.2.1.3 Acciones claves para fortalecer la confianza

Respecto a las acciones implementadas para fortalecer la imagen y confianza institucional, el proceso de gestión de las comunicaciones indicó que ha implementado diversas acciones para generar credibilidad y proyectar una imagen positiva:

- **Generación de contenido relevante:** Producción de notas enfocadas en logros y aspectos positivos de la entidad, destacando avances coyunturales y proyectos estratégicos.
- **Diseños personalizados:** Creación de cabezotes únicos para cada dependencia, facilitando la organización y mejorando la percepción de profesionalismo en la comunicación interna.
- **Lenguaje inclusivo:** Diseño de piezas que reflejan diversidad e inclusión, promoviendo valores de igualdad y participación ciudadana.

Igualmente, el proceso indicó que, de manera mensual, todos los responsables de comunicación interna de las distintas entidades del distrito se reúnen con la Red Distrital de Comunicación Interna de la Alcaldía Mayor, donde se revisan y se siguen los lineamientos definidos por la red, quienes determinan aspectos como la creatividad y la tipografía.

Aunque el proceso manifiesta que asegura el cumplimiento de los tiempos de publicación, y que se cuenta con registro por correo electrónico de las solicitudes, la oficina de control interno evidenció la falta de un instrumento para documentar y dar trazabilidad completa a estas solicitudes, lo cual afecta la percepción de eficiencia y confianza en el proceso. Esto dificulta el seguimiento de las tareas, la priorización y la identificación de posibles retrasos o incumplimientos en los tiempos indicados en el procedimiento de comunicación interna. Un sistema integral podría mejorar la transparencia, priorización y seguimiento de tareas, fortaleciendo aún más la imagen institucional.

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

Las solicitudes de comunicación se aprueban mediante el consejo de redacción o comités primarios, asegurando su coherencia con los valores institucionales, así como con los principios de sostenibilidad ambiental y responsabilidad social. Este enfoque refuerza la percepción de compromiso de la UAESP con sus objetivos y su entorno. Así mismo, el trabajo articulado con el área de Talento Humano para promover los valores organizacionales a través de piezas comunicacionales contribuye a fortalecer la confianza interna y a proyectar una imagen coherente y positiva de la entidad.

2.2.1.4 Encuesta comunicación interna

En abril de 2024, el proceso de comunicaciones llevó a cabo una encuesta sobre comunicación interna que obtuvo un total de 53 respuestas. Los resultados revelaron que el medio más utilizado por los funcionarios públicos de la UAESP para mantenerse informados acerca de la gestión de la entidad es el correo institucional, seguido por las redes sociales y la página web.

2. ¿Qué canal de comunicación prefiere para mantenerse informado sobre la gestión de la UAESP?



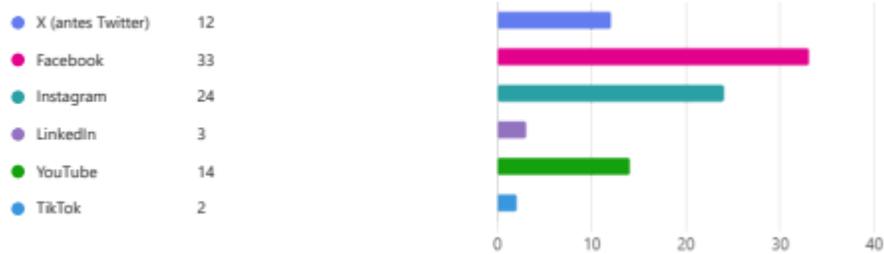
Fuente: Proceso de comunicaciones, información suministrada el 12/11/2024

Se evidenció que el uso de medios oficiales y confiables, como el correo institucional por parte de los funcionarios para informarse sobre la gestión de la entidad, refleja que la comunicación interna en la UAESP genera confianza tanto entre los empleados como hacia el exterior. Esto demuestra que los funcionarios se sienten respaldados por los canales establecidos, los cuales no solo les permiten acceder a información sobre la gestión, sino también compartir datos relevantes con todos.

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

Asimismo, se observó que la red social más consultada por los funcionarios de la UAESP es Facebook, mientras que TikTok es la menos utilizada.

6. ¿La red social de la entidad que más consulta es? (Puede elegir varias opciones)



Fuente: Proceso de comunicaciones, información suministrada el 12/11/2024

El uso predominante de Facebook como la red social más consultada refleja que la UAESP ha logrado mantener una presencia en plataformas tradicionales y de confianza utilizadas ampliamente tanto por los empleados como por la ciudadanía.

De otra parte, se observó un bajo porcentaje de participación en la encuesta sobre comunicación interna, esto puede deberse a factores como falta de motivación, desconocimiento de la encuesta, ausencia de una cultura organizacional que valore la participación en este tipo de procesos, entre otros aspectos.

Para mejorar la participación en las encuestas internas, es fundamental aumentar la comunicación sobre su importancia, fomentar una cultura organizacional que valore la retroalimentación y mostrar a los funcionarios que sus opiniones tienen un impacto real dentro de la entidad.

2.2.2 Comunicaciones externas

El proceso de Gestión de Comunicaciones incluye el procedimiento de comunicaciones externas, cuyo objetivo es fortalecer la imagen institucional ante los diversos grupos de interés, a través de las actividades definidas en el procedimiento y utilizando los distintos medios de comunicación externa de la entidad.

2.2.2.1 Canales de comunicación

Dentro de los principales canales para interactuar con la ciudadanía y fortalecer la confianza institucional de la UAESP se encuentran:

- **Página web:** Este canal contribuye a fortalecer la confianza e imagen institucional mediante la transparencia y el acceso a la información. Se observó que la información publicada en el sitio web está organizada adecuadamente según cada tema misional, facilitando el acceso a la ciudadanía de acuerdo con el área o tema de interés. En los especiales web se pueden encontrar temas relacionados con:
 - ✓ **Recolección Barrido y Limpieza:** Puntos críticos, esquema de aseo, corte de césped y poda de arboles
 - ✓ **Aprovechamiento:** El reciclador de tu barrio, la basura no es basura, día mundial del reciclador, las tres R de la ecología
 - ✓ **Disposición Final:** ciclo operativo Doña Juana, Planta Biogás
 - ✓ **Alumbrado Público:** Iluminamos Bogotá, Canales reporte de novedades alumbrado público
- **Redes sociales:** Se destacan publicaciones de casos de éxito, avances en proyectos y eventos educativos que evidencian el impacto de la UAESP en la ciudad. Las redes sociales también actúan como un canal para recibir retroalimentación, preguntas y comentarios en tiempo real, fortaleciendo el vínculo con la ciudadanía y fomentando la participación ciudadana.

2.2.2.2 Acciones para fortalecer la imagen y confianza

En el marco del Plan Estratégico de Comunicaciones 2024, el proceso de comunicaciones ha contemplado una acción orientada a fortalecer la imagen institucional a través de respuestas

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

oportunas a las solicitudes de la ciudadanía en redes sociales. No obstante, la oficina de control interno evidenció que dicho plan carece de métricas o indicadores que permitan evaluar su avance o medir la efectividad de las acciones implementadas.

La atención de PQRS en redes sociales sigue un flujo establecido: las solicitudes son recibidas, remitidas a la dependencia correspondiente para su gestión, y una vez el proceso de comunicaciones recibe respuesta de parte de la dependencia, carga la misma con registro fotográfico dando respuesta al peticionario a través de la misma red social. Sin embargo, la recepción de estas solicitudes no está siendo articulada con el proceso de Atención al ciudadano según lo estipulado en el procedimiento de Administración de redes sociales en su actividad 6. Esto impide generar un radicado formal en el sistema de correspondencia, lo que afecta la trazabilidad y podría generar incumplimientos en los términos legales de respuesta establecidos.

Así mismo, se evidenció que no existe un registro consolidado desde el proceso de comunicaciones que permita llevar un control sobre la cantidad de PQRS recibidas y gestionadas a través de redes sociales, lo que limita la capacidad de realizar análisis sobre patrones, tiempos de respuesta o eficiencia del proceso. Aunque se realizan encuestas de percepción ciudadana, las cuales incluyen preguntas relacionadas con el uso de redes sociales, estas no incluyen una evaluación específica de la satisfacción con las respuestas a las PQRS, lo que impide obtener información clave para mejorar la calidad del servicio.

Por otro lado, el proceso manifiesta que a raíz de las modificaciones que ha sufrido la entidad tanto en su infraestructura como en su operación, se quitaron varios puestos claves dentro del equipo de comunicaciones, que anteriormente brindaban apoyo en la parte jurídica, en calidad y en redes sociales. Actualmente el proceso manifiesta que teniendo en cuenta la disminución de los recursos de personal, y que el hecho de contar con pocos cargos de planta, esto afecta el desarrollo y avance de las actividades a su cargo. A pesar de estas dificultades, se ha hecho un esfuerzo por mantener una comunicación directa con cada área

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

para dar respuesta oportuna a las PQRS recibidas a través de redes sociales, con el fin de evitar acciones jurídicas que puedan perjudicar tanto a la entidad como al proceso en sí.

Teniendo en cuenta lo manifestado por el proceso, la oficina de control interno evidenció que no se están implementando medidas para asegurar la retención del conocimiento que permitan mitigar el impacto cuando hay cambio de personal, no cuentan con un manual o repositorio que documente el paso a paso para realizar las actividades del proceso de comunicaciones. Esta falta de documentación y la rotación de personal ha generado la pérdida de la curva de aprendizaje afectando la continuidad del proceso. Además, el proceso indica que hasta hace poco se contrató a una persona con conocimiento en redes sociales; la ausencia de un especialista en esta área durante la mayor parte del año ha limitado la capacidad de la entidad para gestionar eficazmente estos canales que son clave para la interacción con los ciudadanos y el fortalecimiento de la imagen y confianza institucional.

2.2.2.3 Encuesta comunicación externa

Según los resultados de la encuesta de comunicación externa aplicada a la ciudadanía en abril de 2024, con una participación de 35 personas, se identificó que los canales más utilizados por la ciudadanía para mantenerse informados sobre la gestión de la UAESP son Instagram y Facebook. El 91% de los encuestados considera que la información difundida es clara y comprensible, y el 77% siente que estos canales los mantienen informados sobre la gestión de la entidad. Sin embargo, un 9% opina que el contenido divulgado en estos medios es poco interesante, y se destacan comentarios orientados a sugerir mejoras en la calidad de la información proporcionada.

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

2. ¿Qué canal de comunicación prefiere para mantenerse informado sobre la gestión de la UAESP?



Fuente: Proceso de comunicaciones, información suministrada el 12/11/2024

3. ¿Considera que la información que se difunde en los diferentes canales y medios de comunicación de la UAESP es clara y comprensible?



Fuente: Proceso de comunicaciones, información suministrada el 12/11/2024

4. ¿Los actuales canales de comunicación externos lo mantienen informado sobre la gestión y el acontecer de la UAESP?



Fuente: Proceso de comunicaciones, información suministrada el 12/11/2024

La alta tasa de aprobación (91%) sobre la claridad y comprensión de la información refleja una imagen positiva de la UAESP en cuanto a la transparencia y efectividad de sus canales de comunicación. Utilizar plataformas populares como Instagram y Facebook también contribuye a una imagen moderna y accesible de la entidad.

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

El hecho de que un 77% de los encuestados sienta que estos canales los mantienen informados sugiere que la UAESP ha logrado establecer una comunicación eficaz con la ciudadanía, lo que refuerza la confianza en su gestión. Sin embargo, el 9% que considera el contenido poco interesante, indica que, a pesar del esfuerzo, existen áreas para mejorar, especialmente en términos de involucrar más a los ciudadanos y hacer el contenido más atractivo.

2.2.3 Interacciones en redes sociales

El proceso de gestión de las comunicaciones incluye el procedimiento de administración de redes sociales, cuyo objetivo es visibilizar de manera eficaz, clara y oportuna ante la ciudadanía la gestión de la Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos - UAESP a través de las cuentas oficiales en las redes sociales institucionales.

La Unidad Administrativa Especial de Servicios Públicos, cuenta con las siguientes redes sociales:

- ✓ Facebook
- ✓ Twitter
- ✓ Instagram
- ✓ You Tobe
- ✓ LinkedIn
- ✓ Tiktok

Con base en el informe mensual de monitoreo de interacciones en redes sociales, proporcionado por el proceso de comunicaciones, la oficina de control interno desarrolló las siguientes tablas que presentan el análisis de interacciones correspondientes a los meses de enero a septiembre de 2024:

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

Tabla 2 - Información Seguidores redes sociales

SEGUIDORES					
Mes					
Enero	36,279 (=)	15,694 (=)	9,681 (=)	1,981 (=)	4,380 (=)
Febrero	36,498 (↑)	15,694 (=)	9,809 (↑)	2,017 (↑)	4,416 (↑)
Marzo	36,498 (=)	15,817 (↑)	9,809 (=)	2,017 (=)	4,407 (↓)
Abril	36,860 (↑)	15,872 (↑)	10,132 (↑)	2,032 (↑)	4,412 (↑)
Mayo	37,029 (↑)	15,951 (↑)	10,285 (↑)	2,062 (↑)	4,413 (↑)
Junio	37,212 (↑)	16,024 (↑)	10,387 (↑)	2,072 (↑)	4,411 (↓)
Julio	37,351 (↑)	16,118 (↑)	10,491 (↑)	2,078 (↑)	4,422 (↑)
Agosto	37,528 (↑)	16,192 (↑)	10,647 (↑)	2,096 (↑)	4,422 (=)
Septiembre	37,700 (↑)	16,264 (↑)	10,834 (↑)	2,109 (↑)	4,436 (↑)

Fuente: Proceso de comunicaciones, información suministrada el 12/11/2024

De acuerdo con los datos analizados, se observó un crecimiento positivo y constante en la mayoría de las redes sociales, lo que indica una respuesta favorable del público a las acciones comunicativas de la UAESP. Este crecimiento constante en el número de seguidores es un buen indicador que muestra que la imagen de la entidad es percibida de manera positiva por la ciudadanía.

Tabla 3 - Impresiones/Alcance/Visualizaciones redes sociales

IMPRESIONES/ALCANCE/VISUALIZACIONES					
Mes					
	(Impresiones)	(Alcance)	(Alcance)	(Visualizaciones)	(Visualizaciones)
Enero	390,600 (=)	69,262 (=)	14,366 (=)	7,236 (=)	222,000 (=)
Febrero	46,000 (↓)	27,600 (↓)	4,880 (↓)	6,814 (↓)	21,000 (↓)
Marzo	35,900 (↓)	23,800 (↓)	4,299 (↓)	6,814 (=)	1,381 (↓)
Abril	71,600 (↑)	17,965 (↓)	8,845 (↑)	7,027 (↑)	1,052 (↓)
Mayo	71,600 (=)	74,052 (↑)	7,576 (↓)	34,600 (↑)	1,633 (↑)
Junio	68,800 (↓)	187,665 (↑)	8,706 (↑)	6,700 (↓)	1,256 (↓)
Julio	72,300 (↑)	276,814 (↑)	10,503 (↑)	5,333 (↓)	18,000 (↑)
Agosto	72,300 (=)	17,838 (↓)	6,022 (↓)	6,600 (↑)	13,000 (↓)
Septiembre	72,300 (=)	54,900 (↑)	11,850 (↑)	6,600 (=)	6,750 (↓)

Fuente: Proceso de comunicaciones, información suministrada el 12/11/2024

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

A diferencia del crecimiento constante en el número de seguidores, los datos de impresiones, alcance y visualizaciones muestran variaciones significativas a lo largo de los meses. En particular, mayo, junio y julio se destacan como los períodos con mayor actividad en plataformas como Facebook e Instagram, mientras que meses como febrero y septiembre reflejan descensos en varios indicadores.

Estos resultados evidencian un esfuerzo continuo por mantener y aumentar el impacto comunicacional de la UAESP. No obstante, las fluctuaciones en alcance y visualizaciones indican que ciertos períodos o plataformas podrían estar siendo menos efectivas posiblemente por contenido menos atractivos o a la falta de continuidad en la estrategia.

Para mejorar la percepción pública, sería recomendable mantener una frecuencia constante en la publicación de contenido relevante, adaptar mensajes específicos para cada plataforma según su audiencia y priorizar campañas visuales e interactivas en redes con alto potencial como TikTok e Instagram.

Tabla 4 - Publicaciones redes sociales

PUBLICACIONES					
Mes					
Enero	252 (=)	56 (=)	19 (=)	14 (=)	6 (=)
Febrero	99 (↓)	56 (=)	8 (↓)	12 (↓)	0 (↓)
Marzo	89 (↓)	49 (↓)	40 (↑)	0 (↓)	0 (=)
Abril	157 (↑)	116 (↑)	26 (↓)	4 (↑)	0 (=)
Mayo	209 (↑)	114 (↓)	42 (↑)	9 (↑)	0 (=)
Junio	94 (↓)	93 (↓)	59 (↑)	7 (↓)	2 (↑)
Julio	155 (↑)	75 (↓)	47 (↓)	1 (↓)	1 (↓)
Agosto	181 (↑)	56 (↓)	57 (↑)	7 (↑)	0 (↓)
Septiembre	195 (↑)	76 (↑)	67 (↑)	4 (↓)	0 (=)

Fuente: Proceso de comunicaciones, información suministrada el 12/11/2024

En el análisis de la tabla de publicaciones se observó una reducción general en la frecuencia de publicaciones en varias plataformas, lo que podría estar impactando negativamente en las

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

métricas de alcance y visualizaciones, especialmente en plataformas como TikTok y YouTube, donde la actividad es muy baja y coincide con alcances o visualizaciones más bajas en esas plataformas, lo que puede indicar que estas redes no están siendo aprovechadas estratégicamente.

Al revisar el contenido publicado en redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram, se observó una interacción directa con la ciudadanía. Estas plataformas informan sobre temas misionales como horarios de servicios, campañas de reciclaje, destacar casos de éxito, historias de recicladores y eventos pedagógicos. Este tipo de contenido promueve la conciencia ambiental y fomenta la participación ciudadana a través de campañas educativas y actividades que sensibilizan sobre la importancia del reciclaje y otros servicios.

Sin embargo, se recomienda implementar estrategias más dinámicas y atractivas, especialmente dirigidas a audiencias más jóvenes, para incrementar la interacción en plataformas como TikTok. Dado su enfoque en públicos jóvenes, TikTok representa una oportunidad para diversificar los formatos de contenido y alcanzar un mayor nivel de participación.

2.2.4 Seguimiento a las observaciones del informe de auditoría anterior sobre el proceso de comunicaciones

En 2022, se llevó a cabo una auditoría al proceso de comunicaciones, y en la auditoría actual se realizó un seguimiento a las observaciones planteadas en dicho informe para verificar las correcciones o acciones de mejora implementadas. A continuación, se detalla el seguimiento realizado en relación con cada una de las observaciones:

- *“3.1. Con relación a la aplicación y cumplimiento de los procedimientos de Comunicación Interna y de Comunicación Externa, se observó que el proceso de Gestión de las Comunicaciones presenta debilidades puntuales frente a los soportes de los registros de cada actividad contemplada dentro de los procedimientos, pues solo se documentan los productos finales de las solicitudes y/o necesidades de*

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

comunicación. Estas debilidades no permiten comprobar ni determinar la aplicación y el cumplimiento de las actividades descritas en los procedimientos”.

Frente a esta observación la oficina de control interno evidenció que la debilidad persiste en el proceso. Al revisar las actividades relacionadas con las solicitudes de publicación, se encontró que el proceso sigue aportando la matriz de seguimiento y aprobación de acciones periodísticas, la cual incluye información relacionada con el producto final, dificultando el control y verificación de cumplimiento de los plazos establecidos en los procedimientos, por lo tanto, esta observación se reitera.

- *“3.2. Con respecto a la conformación de los expedientes de los procedimientos de Comunicación Interna y Externa, se observaron falencias sustanciales, por cuanto no se evidenció un repositorio de información apropiado que contenga la información y soportes correspondientes a los registros de cada actividad relacionada con los procedimientos de comunicación interna y externa. Lo anterior implica el incremento del riesgo de la pérdida de la información, aunado a un difícil acceso a la información completa”.*

El proceso manifiesta que el historial lo llevan a través de diferentes correos electrónicos, igualmente expresan falta de capacidad de almacenamiento, sin embargo, se observó que el proceso no guarda el registro de cada uno de los pasos por lo cual no se cuenta con la conformación del expediente para cada solicitud, por lo tanto, esta observación se reitera.

- *“3.3. Se observó que la matriz de seguimiento al Plan Estratégico de Comunicaciones no cuenta con una referencia cuantitativa que permita determinar, con certeza y veracidad, el nivel o estado de avance o cumplimiento de las actividades definidas y planificadas dentro del Plan. Este hecho puede conllevar, como consecuencia, que el proceso incumpla las actividades propuestas dentro de su propio plan estratégico”.*

La oficina de control interno ha constatado que esta observación persiste en el proceso, señalando una de las principales debilidades: la ausencia de métricas o indicadores que permitan evaluar el progreso del Plan Estratégico de Comunicaciones o medir la efectividad de las acciones implementadas. Además, se ha encontrado que

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

el avance de todas las acciones se reporta en un 25%, sin evidencia clara que respalde este porcentaje, por lo tanto, esta observación se reitera.

3. CONFORMIDADES Y FORTALEZAS, O ASPECTOS POSITIVOS ENCONTRADOS

- Se destaca la disposición del personal designado por el proceso de comunicaciones para la atención de la auditoría en la entrega de la documentación dentro de los plazos establecidos, así como la disponibilidad para asistir a las reuniones programadas, lo que facilita el desarrollo eficiente de la auditoría.
- Se resalta el fuerte compromiso con el fortalecimiento de la imagen y confianza de la UAESP tanto a través de las comunicaciones internas como externas, mediante la generación de contenidos relevantes, la creación de cabezotes únicos para cada dependencia y la implementación de un lenguaje inclusivo.

4. OBSERVACIONES

Tabla 5 - Observaciones de la auditoría

No.	PROCESO	DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACIÓN
1	OACRI	Con relación a la aplicación y cumplimiento de los procedimientos de Comunicación Interna y de Comunicación Externa, se observó que el proceso de Gestión de las Comunicaciones presenta debilidades puntuales frente a los soportes de los registros de cada actividad contemplada dentro de los procedimientos, pues solo se documentan los productos finales de las solicitudes y/o necesidades de comunicación. Estas debilidades no permiten comprobar ni determinar la aplicación y el cumplimiento de las actividades descritas en los procedimientos.

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

2	OACRI	Con respecto a la conformación de los expedientes de los procedimientos de Comunicación Interna y Externa, se observaron falencias sustanciales, por cuanto no se evidenció un repositorio de información apropiado que contenga la información y soportes correspondientes a los registros de cada actividad relacionada con los procedimientos de comunicación interna y externa. Lo anterior implica el incremento del riesgo de pérdida de información, aunado a un difícil acceso a la misma de manera completa
3	OACRI	Se observó que la matriz de seguimiento al Plan Estratégico de Comunicaciones no cuenta con una referencia cuantitativa que permita determinar, con certeza y veracidad, el nivel o estado de avance o cumplimiento de las actividades definidas y planificadas dentro del Plan. Este hecho puede conllevar, como consecuencia, que el proceso incumpla las actividades propuestas dentro de su propio plan estratégico
4	OACRI	Se observó que las PQRS recibidas a través de redes sociales están siendo gestionadas directamente desde el proceso de comunicaciones en coordinación con la dependencia encargada, sin ser reportadas al proceso de Atención al Ciudadano mediante el formulario virtual para su radicación, tal como lo establece el procedimiento GCO-PC-06 V2 de Administración de redes sociales. Esto impide generar un radicado formal en el sistema de correspondencia, lo que afecta la trazabilidad y podría generar incumplimientos en los términos legales de respuesta establecidos.

5. SOLICITUD DE CORRECCIÓN O ACCIONES CORRECTIVAS

Tabla 6 – Solicitud de Correcciones o Acciones Correctivas

No.	PROCESO	DESCRIPCIÓN DE LA NO CONFORMIDAD	REQUISITO QUE INCUMPLE
N/A	N/A	N/A	

6. CONCLUSIONES

- El proceso de comunicaciones implementa acciones clave que refuerzan las comunicaciones internas de la UAESP, con el propósito de fortalecer su imagen y aumentar la confianza institucional. A través de la generación de contenidos relevantes, la creación de cabezotes únicos para cada dependencia y el uso de un lenguaje inclusivo, se busca crear un ambiente de trabajo más articulado con los valores de la entidad. Estas acciones contribuyen a una comunicación más efectiva, transparente y respetuosa, promoviendo un sentido de pertenencia y colaboración entre todos los funcionarios de la entidad.
- La ausencia de registros estructurados y la suspensión de actividades estratégicas en las comunicaciones internas limitan la capacidad de la entidad para promover un entorno de confianza entre los funcionarios. Estas falencias pueden repercutir en la eficiencia de los procesos internos y en la percepción que los funcionarios tienen sobre la gestión de la UAESP, representando además un retroceso en la gestión que se había alcanzado previamente.
- La falta de trazabilidad y métricas en el plan estratégico de comunicaciones genera riesgos significativos para la percepción ciudadana, especialmente en términos de transparencia y cumplimiento de tiempos legales en la atención de PQRS gestionadas a través de redes sociales.
- La falta de un repositorio que documente las actividades que se desarrollan en el proceso de comunicaciones con el fin de salvaguardar la curva de aprendizaje y la

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

ausencia de personal especializado representan un riesgo operativo que afecta la continuidad y la calidad del proceso.

7. RECOMENDACIONES

Tabla 7 - Recomendaciones por proceso

No.	PROCESO	RECOMENDACIÓN
1	OACRI	Reactivar los boletines digitales y otros productos suspendidos para asegurar que la comunicación interna fluya de manera constante y fortalezca la cohesión organizacional. Esto también permitirá incrementar el alcance de las estrategias para mejorar la percepción interna.
2	OACRI	Promover la participación de los funcionarios en las encuestas internas mediante una comunicación efectiva que destaque su importancia, con el objetivo de aumentar la motivación y el compromiso del equipo en estos procesos.
3	OACRI	Generar variedad en los formatos de contenido, particularmente en plataformas como TikTok, para captar la atención de audiencias más jóvenes.

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

4	OACRI	Crear un repositorio que documente de manera detallada cada una de las actividades realizadas en la Oficina de Comunicaciones, con el objetivo de preservar la curva de aprendizaje, garantizar la continuidad del conocimiento y minimizar el impacto de la rotación de personal en el desarrollo del proceso.
5	OACRI	Publicar de forma constante historias de éxito y logros alcanzados por los funcionarios, resaltando su valiosa contribución al cumplimiento de los objetivos de la UAESP. Este enfoque busca promover la inclusión, fortalecer el sentido de pertenencia entre el personal y aumentar la confianza en la entidad.

8. APROBACIÓN

Sandra Beatriz Alvarado Salcedo
Firmado digitalmente por Sandra Beatriz Alvarado Salcedo
Fecha: 2024.11.28 18:56:02 -05'00'

Jefe(a) de Oficina de Control Interno

Liliana Villa

Auditor(es) Interno(s) que ejecutaron el trabajo

FECHA 28-11-2024