

MEMORANDO

Al contestar, por favor cite el radicado:

No.: **20241100107313**

Página 1 de 1

Bogotá D.C., 24 de Diciembre de 2024

Para: MARCO GIOVANNI GONZALEZ ROMERO (E)
Jefe Oficina asesora de comunicaciones y relaciones interinstitucionales**JORGE ALEXIS RODRIGUEZ**
Jefe Oficina de tecnologías de la información y las comunicaciones**De:** Oficina de control interno**Asunto:** Comunicación Informe de Auditoría– Acuerdo 744 de 2019

Cordial saludo,

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 a la Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales y a la Oficina de tecnologías de la información y las comunicaciones. Esta auditoría se enfocó principalmente en verificar y validar el cumplimiento del Acuerdo 744 de 2019 del concejo de Bogotá D.C., relacionado con los lineamientos para el uso de la marca ciudad “Bogotá”.

En el informe no se detallan observaciones, pero sí recomendaciones de las cuales se sugiere al proceso establecer acciones de mejora e incluirlas en el plan de mejoramiento interno. En caso de decidir formular acciones en el PMI, se recuerda que el plazo para remitir el mismo son diez (10) días hábiles, una vez recibido el presente informe. Finalmente, la Oficina de control Interno agradece la atención y colaboración brindada durante el desarrollo de este ejercicio de auditoría, quedando atentos a cualquier información o aclaración al respecto.

Cordialmente,

Sandra Beatriz Alvarado Salcedo
Firmado digitalmente
por Sandra Beatriz
Alvarado Salcedo
Fecha: 2024.12.24
10:13:47 -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: Vivian Lorena Neiva Parra – PU 219-12, OCI.
Revisó: Sandra Beatriz Alvarado Salcedo – Jefe(a) OCI.
Aprobó: Sandra Beatriz Alvarado Salcedo – Jefe(a) OCI.

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

CONTENIDO

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA AUDITORIA	2
2. DESARROLLO DE LA AUDITORÍA	2
2.1. Planeación	2
2.2. Contexto –Uso de la marca Bogotá	3
2.3. Ejecución	4
2.3.1 Comunicaciones internas.....	4
2.3.2 Comunicaciones externas.....	4
2.3.3 Seguimiento a las observaciones informe de auditoría anterior	7
3. CONFORMIDADES Y FORTALEZAS, O ASPECTOS POSITIVOS ENCONTRADOS.....	7
4. OBSERVACIONES.....	8
5. SOLICITUD DE CORRECCIÓN O ACCIONES CORRECTIVAS	8
6. CONCLUSIONES.....	8
7. RECOMENDACIONES.....	8
8. APROBACIÓN.....	9

Lista de Tablas

Tabla 1- Información de la auditoria.....	2
--	----------

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

1. INFORMACIÓN GENERAL DE LA AUDITORIA

Tabla 1- Información de la auditoria

ENFOQUE DE LA AUDITORIA INTERNA	Gestión de resultados.
INFORME	Auditoría de seguimiento para el cumplimiento del acuerdo 744 de 2019
PROCESO, PROCEDIMIENTO	Oficina Asesora de Comunicaciones y relaciones institucionales Oficina de Tecnología de la Información y las Comunicaciones
RESPONSABLE O AUDITADOS	Oficina Asesora de Comunicaciones y Relaciones Interinstitucionales y Oficina de Tecnología de la Información y las Comunicaciones - equipo de trabajo encargado de la gestión de las comunicaciones en la UAESP.
OBJETIVO	Verificar y validar el cumplimiento del Acuerdo 744 de 2019 del concejo de Bogotá D.C., relacionado con los lineamientos para el uso de la marca ciudad “Bogotá”
ALCANCE	Seguimiento a la gestión para el cumplimiento del acuerdo 744 de 2019 en el periodo comprendido entre el año 2021 al 2023
PERIODO DE EJECUCIÓN	Del 25 de noviembre de 2024 al 23 de diciembre 2024.
EQUIPO AUDITOR	Sandra Beatriz Alvarado Salcedo Vivian Lorena Neiva Parra (VLNP)
DOCUMENTACIÓN ANALIZADA	Acuerdo 744 de 2019 Manual de imagen institucional UAESP Manual de Uso de marca Ciudad "BOGOTÁ"

2. DESARROLLO DE LA AUDITORÍA

2.1. Planeación

La auditoría al proceso de gestión de comunicaciones y al manejo de la página web por parte del equipo de la oficina TIC, enfocada en verificar las acciones implementadas por parte de la entidad para dar cumplimiento al Acuerdo 744 de 2019 se llevó a cabo conforme al cronograma establecido en el Plan de Auditoría, comunicado mediante memorando 20241100094403 a las

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

partes interesadas. El objetivo principal de la auditoría fue verificar y validar el cumplimiento del Acuerdo 744 de 2019 del concejo de Bogotá D.C., relacionado con los lineamientos para el uso de la marca ciudad “Bogotá” durante el periodo comprendido entre el año 2021 al 2023.

Durante esta etapa, se definieron los objetivos y criterios a tener en cuenta para la ejecución de la auditoria, 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 entrevistas con los enlaces del proceso auditado, cumpliendo de esta forma con la fase de ejecución de este ejercicio auditor.

2.2. Contexto –Uso de la marca Bogotá

El Acuerdo 744 de 2019 del Concejo de Bogotá, D.C., emitido el 3 de septiembre de 2019, tiene como objetivo principal establecer los lineamientos para el uso de la marca ciudad "Bogotá". Esta iniciativa busca promover una imagen positiva de la ciudad tanto a nivel nacional como internacional, incidiendo en la percepción de Bogotá e impulsando el turismo, el comercio, el sentido de pertenencia y atrayendo inversión al territorio. El acuerdo define la marca como una propuesta de valor para el territorio, enfocada en la sostenibilidad y la generación de reputación, imagen y pertenencia.

El acuerdo detalla los componentes de la estrategia de la marca, incluyendo una estrategia de promoción dirigida a habitantes de Bogotá, nacionales y extranjeros; un sistema de identidad visual unificado para la marca; y herramientas de medición de indicadores de percepción y presencia, para evaluar el impacto de la marca. Se establecen las entidades responsables de licenciar la marca: el Instituto Distrital de Turismo, “Invest in Bogotá” y la Cámara de Comercio de Bogotá. También se definen las directrices para su uso en eventos y en la identificación de

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

espacios públicos, incluyendo edificaciones, monumentos, dotaciones, papelería, elementos de merchandising, vehículos, publicidad y propaganda oficial a partir del 1 de enero de 2021.

2.3. Ejecución

La auditoría se ejecutó considerando las actividades descritas en los procedimientos del sistema integrado de gestión del proceso de comunicaciones, el manual de imagen institucional UAESP, 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 y comunicaciones internas gestionadas a través del correo institucional.

2.3.1 Comunicaciones internas

Las comunicaciones internas de la UAESP están alineadas para fortalecer el sentido de pertenencia entre la entidad, sus colaboradores y la marca ciudad, mediante el uso de marca en sus diferentes canales internos. Este procedimiento abarca las actividades de aprobación y revisión de los contenidos que las diferentes dependencias quieren socializar por parte del equipo de la oficina asesora de comunicaciones y relaciones interinstitucionales.

Se evidenció que internamente se generan varios productos audiovisuales que dan cumplimiento al acuerdo y uso de la marca “Bogotá” como firma en correo electrónico, material audiovisual interno desde la estrategia La Uaesp te Cuenta, plantillas en Word, power point, Excel y demás formatos para el desarrollo de las diferentes actividades internas.

2.3.2 Comunicaciones externas

Frente a las comunicaciones externas, se observó que el proceso de Gestión de Comunicaciones cuenta con el procedimiento de comunicaciones externas, cuyo objetivo es fortalecer la imagen institucional y divulgar el desarrollo de las actividades misionales ante los

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

diversos grupos de interés, a través de las actividades definidas en el procedimiento y utilizando los distintos medios de comunicación externa de la entidad.

El proceso indicó que, de manera mensual, todos los responsables de comunicación 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, además de aplicar los lineamientos para el uso de la marca Bogotá conforme a lo estipulado en el acuerdo 744 materia de esta auditoría.

2.3.2.1 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, evidenciándose de igual forma el uso de la marca de acuerdo lo establecido en el Acuerdo criterio de esta auditoría. 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

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

- ✓ **Alumbrado Público:** Iluminamos Bogotá, Canales reporte de novedades alumbrado público

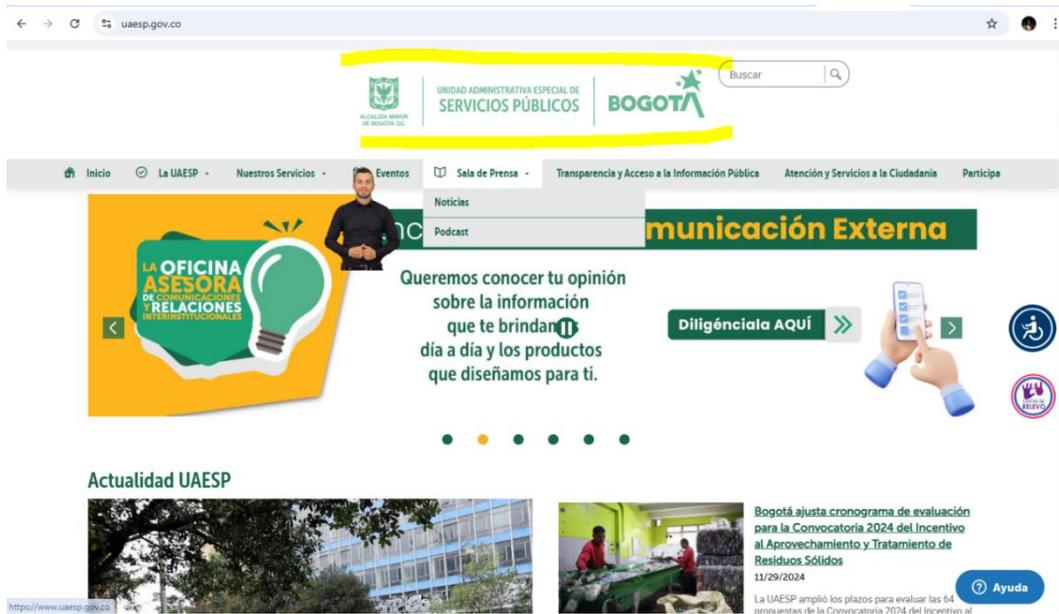


Imagen capturada página web 17 diciembre 2024

- **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, se evidenció el uso de la marca de acuerdo a lo establecido en el acuerdo criterio de esta auditoría.



INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

Imágenes capturadas de la red Facebook y YouTube 17 diciembre 2024

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

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

2.3.3 Seguimiento a las observaciones informe de auditoría anterior

La presente auditoria que se está desarrollando para la vigencia noviembre 2024, es la primera versión, por lo cual no se tienen observaciones de auditorias previas.

3. CONFORMIDADES Y FORTALEZAS, O ASPECTOS POSITIVOS ENCONTRADOS

- Es de resaltar la sinergia del proceso de comunicaciones desde la UAESP con los diferentes espacios distritales de participación y orientación, al asistir activamente a los espacios promovidos por la secretaria de gobierno como la red distrital de comunicación interna, logrando así generar contenido alineado con los manuales de imagen distritales y en cumplimiento con la normativa vigente en referencia a la marca ciudad.
- Se destaca la disposición del personal designado por el proceso de comunicaciones y la oficina de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones para la atención de la auditoria en la entrega de la documentación dentro de los plazos establecidos, así como la disponibilidad para asistir a las reuniones programadas.

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

4. OBSERVACIONES

Tabla 2 - Observaciones de la auditoría

No.	PROCESO	DESCRIPCIÓN DE LA OBSERVACIÓN
1	N/A	N/A

5. SOLICITUD DE CORRECCIÓN O ACCIONES CORRECTIVAS

Tabla 3 – Solicitud de Correcciones o Acciones Correctivas

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

6. CONCLUSIONES

La oficina asesora de comunicaciones y relaciones interinstitucionales OACRI en conjunto con la oficina de tecnologías de la información y las comunicaciones OTIC implementaron acciones a nivel institucional y externas para dar cumplimiento al acuerdo 744 de 2019 en lo corrido de los años 2021 a 2024, a través de la generación de contenidos únicamente con la marca ciudad Bogotá, dando cumplimiento al objetivo de promover una imagen única y positiva de la ciudad, enfocada en la sostenibilidad y la generación de reputación, imagen y pertenencia.

7. RECOMENDACIONES

Tabla 4 - Recomendaciones por proceso

No.	PROCESO	RECOMENDACIÓN
1	OACRI	Liderar espacios de capacitación a las diferentes dependencias, donde se puedan divulgar el manual de

INFORME DE AUDITORÍA INTERNA

		imagen institucional UAESP para afianzar los parámetros internos y los lineamientos distritales aplicables a las piezas comunicativas internas y externas.
	OACRI	Si bien se evidenció que la OACRI realiza aprobación del material de divulgación interno y externo como las piezas que se divulgan por los operadores de aseo y en actividades en alcaldías locales por ejemplo, se recomienda fortalecer el cumplimiento al uso único y correcto de la marca ciudad “Bogotá” a través de espacios sencillos y puntuales de capacitación promovidos por la oficina de comunicaciones hacia las demás áreas.

8. APROBACIÓN

FIRMA

Sandra Beatriz Alvarado Salcedo
Firmado digitalmente por Sandra Beatriz Alvarado Salcedo
Fecha: 2024.12.23 20:05:32 -05'00'

Jefe(a) de Oficina de Control Interno

Vivian Lorena Neiva Parra
Auditor(es) Interno(s) que ejecutaron el trabajo

FECHA 23-12-2024