



SUPERINTENDENCIA
DE PUERTOS Y TRANSPORTE
PRESTADOR DE SERVICIOS

INFORME DE AUDITORIA INTERNA

1. INFORME	AUDITORÍA INTERNA PROCESO ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES
2. FECHA	febrero de 2018
3. RESPONSABLE DEL PROCESO	Jimmy Alejandro Montes , Asesor Comunicaciones
4. EQUIPO AUDITOR	Daniela Stefanny Duran Vargas
5. OBJETIVO	Verificar el diseño y ejecución de los controles que garanticen el cumplimiento de los requisitos legales y reglamentarios aplicables al proceso auditado conforme a la Ley 87 de 1993 e identificar oportunidades de mejora.
6. ALCANCE DE LA AUDITORIA	Realizar el monitoreo y seguimiento al cumplimiento de la ejecución del Plan de Comunicaciones y la Política de Comunicaciones en la Superintendencia de Puertos y Transporte vigencia 2017.
7. PERSONAL ENTREVISTADO	Jimmy Alejandro montes , Asesor Comunicaciones William Eduardo Ríos Ceballos, Contratista Proceso de Comunicaciones
8. FECHA DE EJECUCIÓN DE LA AUDITORIA	Diciembre 2017 – febrero 2018
9. DOCUMENTACIÓN ANALIZADA (CRITERIOS)	-Ley 87 de 1993. -Plan Estratégico de Comunicaciones de la entidad 2017 -Política de Comunicación e Información Pública 2017 -Modelo Integrado de Planeación y Gestión -MIPG - Caracterización de procedimientos -Ley 1712 de 2014, Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública
10. METODOLOGÍA	Para la realización de la auditoria interna, se consultó información en la página web, se hicieron solicitudes de información, se realizó la revisión documental y (1) entrevista, toda vez que fue necesario determinar el estado frente al criterio normativo.
11. ACTIVIDADES DESARROLLADAS:	<ul style="list-style-type: none">• Se realizó la reunión de apertura en diciembre de 2017, con William Ríos, contratista de Despacho Superintendente de Puertos y Transporte.• Se adelantó la entrevista con el contratista William Ríos Ceballos, asimismo se revisaron in-situ evidencias electrónicas y documentales durante la auditoría.• Se examinaron las evidencias presentadas en el momento de la auditoría.



SUPERINTENDENCIA
DE AEREO Y TRANSPORTE
MINISTERIO DE TRANSPORTES

INFORME DE AUDITORIA INTERNA

- Se analizaron evidencias correspondientes a la ejecución e implementación de:

- Política de Comunicación Institucional 2017
- Plan de Comunicación Estratégica 2017
- Caracterización del proceso y sus procedimientos.
- Cumplimiento de Tabla de Retención Documental.
- Plan de Rendición de Cuentas.
- Revisión de cumplimiento a la 5ª Dimensión: Información y Comunicación expuesta en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG, posteriormente se relacionó el marco legal del proceso, las fortalezas, cumplimientos parciales e incumplimientos encontrados y finalmente se hicieron recomendaciones al proceso.

REVISIÓN DEL PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES 2017

Las campañas programadas por parte del Grupo de comunicaciones en la vigencia 2017, fueron definidas a partir de las actividades y procedimientos del proceso.

El Plan Estratégico de Comunicaciones, está publicado en la página web http://www.supertransporte.gov.co/index.php/atencion-al-ciudadano/536-control_ley_transp. Se evidenció que se consideraron los principales actores y partes interesadas a los cuales se informa, por medio de campañas publicitarias, sobre distintos procesos y demás actividades que realizó la Superintendencia en sus labores misionales. Cabe resaltar que se definió de manera interna y externa, las poblaciones por las cuales se enfocaron las campañas publicitarias y sus necesidades.

Al respecto, se verificó que en el Plan Estratégico de Comunicaciones para la vigencia 2017, se estructuró con base en las actividades y procedimientos establecidos en la cadena de valor (Comunicaciones externas, comunicaciones internas y seguimiento a Política de Comunicaciones Institucional).

Al realizar la revisión en la matriz identificada como Plan Estratégico de Comunicaciones, se pudo evidenciar que existen fechas de entrega "No definidas", para lo cual no se estableció una fecha específica de realización de las actividades planeadas para la vigencia 2017, no se estableció el presupuesto o la estrategia por la que se recaudaron fondos para realizar las actividades y no se definieron metas, estrategias, alcances y métodos de evaluación.

Se realizó la revisión de la información suministrada y se evidenció que:

COMUNICACIONES EXTERNAS

Prensa: se revisó el 50% de la totalidad de actividades programadas en el Plan de Comunicaciones con el fin de evidenciar el cumplimiento de las actividades programadas para la vigencia pasada con respecto a comunicaciones externas. Entre estas se observaron las publicaciones de 3 boletines estadísticos, Publicación de 2 informes especiales de posicionamiento de la entidad como órgano consultivo, 12 boletines de prensa, 1 Free press con asociaciones y gremios (alianzas con asociaciones para difusión de información en medios de comunicación



SUPERINTENDENCIA
DE TRANSPORTES Y
MINISTERIO DE TRANSPORTES

INFORME DE AUDITORIA INTERNA

Se evidenciaron los comunicados de prensa enviados a los medios de comunicación.

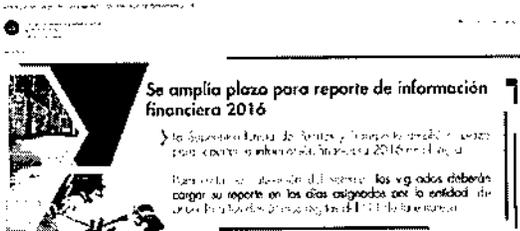
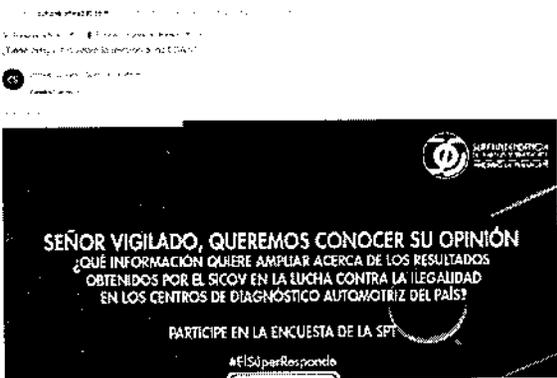
Supertransporte ratificó la sanción Impuesta a Cabify



Campañas Institucionales: se observaron piezas publicitarias de las campañas #enrutados, #viajealobien, durante el transcurso de la vigencia. En la información suministrada durante el proceso de auditoría, se evidenció la activación de la campaña durante las temporadas de final de año, Semana Santa, mitad de año y receso escolar. Así mismo, se verificó en el portal web institucional las campañas digitales.

En el Plan Estratégico de Comunicaciones, no se evidenció programada la campaña institucional #muevetelegal.

Organismos de apoyo al tránsito: Se evidenciaron las campañas digitales dirigidas a los vigilados del sector tránsito.



Comunicaciones corporativas: es necesario fortalecer las campañas digitales o estrategias para socializar a los vigilados en cada región los resultados misionales frente a: transporte terrestre, organismos de apoyo y de tránsito, terminales terrestres y aéreas, concesiones viales, sistemas masivos de información y puertos.

Redes sociales: Se evidenció en Facebook, Instagram, Twitter las campañas institucionales de #enrutados, #viajeALoBien #mueveteLegal. Al realizar la verificación en la red social Facebook de las



SUPERINTENDENCIA
DE PLANOS Y TRANSPORTE
MINISTERIO DE TRANSPORTES

INFORME DE AUDITORIA INTERNA

piezas publicitarias (imágenes y videos) de las campañas, se observa en Facebook que no tienen el impacto esperado por el proceso. La interacción de las campañas en dicha red social no es significativa (en promedio, las imágenes publicadas durante la vigencia pasada tienen "3 compartidos", y 15 "me gusta").

Se realizaron 8 videos y 300 piezas gráficas desarrolladas para la campaña #viajeLoBien.

La campaña #mueveteLegal inició desde el mes de marzo de la vigencia 2017. Se evidenciaron constantes publicaciones en redes sociales con respecto a esta campaña., según el reporte generado por la aplicación Twitter.

Sus Tweets consiguieron 295.8K impresiones en este periodo de 43 días



Se evidenció apoyo por parte del grupo de comunicaciones por medio de redes sociales a las campañas:

- Promoción de los servicios (como listado de CDA's, CRC's y CEA's) que la ciudadanía puede encontrar en la página de la Superintendencia.
- Apoyo a la campaña #MocoaSomosTodos.
- Planificación, diseño y ejecución de la campaña #ViajeALoBien Semana Santa.
- Planificación, diseño y ejecución de la campaña #ViajeALoBien mitad de año.
- Divulgación de los comunicados de prensa.
- #DejaciónDeArmas de la Presidencia de la República.

Sin embargo, la medición de percepción no está basada en datos documentados (cuantitativos y cualitativos). No se evidenció la medición de percepción de dichas campañas con indicadores.

Portal web: Se evidenció el rediseño del portal web, banners de las actividades misionales de la entidad. Así mismo, en la página web de la entidad los comunicados de prensa en el link <http://www.supertransporte.gov.co/index.php/sala-de-prensa/comunicado.html>, a excepción de la publicación de comunicados de prensa del mes noviembre.

Fue posible evidenciar en el portal web los videos programados en el Plan Estratégico de Comunicaciones, referentes a las actividades misionales de la entidad en los links:



SUPERINTENDENCIA
DE PUERTOS Y TRANSPORTE
MINISTERIO DE TRANSPORTES

INFORME DE AUDITORIA INTERNA

<http://www.supertransporte.gov.co/images/Sliders/2017/diciembre/Flyer1.pdf>,
<http://supertransportegov.wixsite.com/enrutados> , <http://www.supertransporte.gov.co/viajealobien/>

COMUNICACIONES INTERNAS

Se evidenció la creación de piezas para canales internos de comunicación con respecto a la conciencia interna sobre la importancia del manejo de la información por parte de cada funcionario y contratista.

Intranet: Se observó la constante actualización de la intranet de la SPT, el menú presenta las opciones (Inicio, Institucional, Áreas SPT, Noticias del día, Galería Multimedia, Formatos de Interés y cadena de valor y encuestas), los cuales cumplen con la misión de la intranet, de mantener informado a los funcionarios y contratistas de la entidad.

Noticias del Día: Se evidenció, al ingresar a la opción de Noticias al día de la intranet de la SPT, la actualización diaria de las noticias que se generan a nivel transporte en Colombia.

Apoyo a campañas internas: Se evidenciaron carteleras electrónicas en diferentes lugares de la entidad y en la intranet donde apoyan las campañas realizadas por las diferentes áreas de la SPT.

Recomendaciones.

En la estructura del plan se deben agregar los responsables en hacer cada actividad programada para la vigencia, el presupuesto que se utilizará en la ejecución de actividades que lo requieran, y el seguimiento de dicho plan.

Es necesario que el Plan Estratégico de Comunicaciones se revise y apruebe en el comité institucional de desarrollo administrativo, con el fin de que los participantes en dicho comité tengan participación en el enfoque que se quiera realizar en las comunicaciones internas y externas de la entidad.

Es importante especificar por delegadas las actividades publicitarias que se realizarán para promocionar la misionalidad institucional a nivel nacional.

RENDICIÓN DE CUENTAS

La estrategia de rendición de cuentas para la vigencia 2017, se llevó a cabo a nivel interno y externo de la entidad. En referencia comunicaciones internas, se publicaron en la intranet <http://intranet.supertransporte.gov.co/index.php/2017/10/12/sabes-en-que-consiste-la-rendicion-de-cuentas-de-la-spt/> 4 comunicaciones informativas las cuales explican el proceso de rendición de cuentas en la entidad.

Así mismo se evidenció en la página web la aplicación de la encuesta #RendicióndeCuentas, la cual está estructurada con una pregunta y de única respuesta "...Estimados ciudadanos ¿qué inquietudes tiene acerca de la gestión de la Superintendencia de puertos y Transporte y desearía que se aborden en la próxima rendición de cuentas?...". Al realizar la verificación de dicha encuesta, se observa que



SUPERINTENDENCIA
DE PUERTOS Y TRANSPORTE
MINISTERIO DE TRANSPORTES

INFORME DE AUDITORIA INTERNA

fue contestada por 47 personas. No se pudo evidenciar si se dio respuesta a dichas preguntas o solicitudes.

Así mismo, se evidenció el Manual Estratégico de Rendición de Cuentas, - documentado en la cadena de valor-, presentación final de rendición de cuentas, según los lineamientos del Ministerio de Transporte, acompañamiento en la rendición de cuentas realizada por medio de comunicación televisivo, redes sociales, banners y carteleras virtuales.

Se recomienda documentar en la cadena de valor, el procedimiento correspondiente a realización de comunicaciones internas y externas para informar la rendición de cuentas institucional a la ciudadanía y a los funcionarios y contratistas de la entidad.

CADENA DE VALOR:

El proceso de comunicaciones cuenta con 3 procedimientos (Gestionar Plan de Comunicaciones Institucional, Gestionar comunicación interna y Gestionar comunicación externa) documentados en la cadena de valor.

Los manuales que se evidencian en documentos de referencia interna son: 01-MG-01 Manual de rendición de cuentas y Documentos de referencia externa en el link \\172.16.1.140\Cadena de valor\Documentos\Gestion de Comunicaciones\Documentos\01-MG-01 Manual RDC.pdf, el manual 01-MG-02 Manual de Imagen Corporativa en el link \\172.16.1.140\Cadena de valor\Documentos\Gestion de Comunicaciones\Documentos\01-MG-02 Manual de Imagen Corporativa.pdf, el manual 01-MG-03 Manual de Crisis en el link \\172.16.1.140\Cadena de valor\Documentos\Gestion de Comunicaciones\Documentos\01-MG-03 Manual de Crisis.pdf

Así mismo, en la Intranet, el link <http://intranet.supertransporte.gov.co/CadenaValor/index.htm> está publicado el documento de las Políticas de Comunicación e Información Pública de la entidad.

El proceso está 100% documentado en la cadena de valor.

EJECUCIÓN DE LA POLÍTICA DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN PÚBLICA

Se realizó la verificación del cumplimiento de 5 políticas de manera selectiva de comunicación e información de 10 políticas, de las cuales se evidenció lo siguiente:

Primera Política. *Carácter de la Comunicación organizacional:* Las decisiones tomadas por el Despacho, los Superintendentes Delegados, el Secretario General, y los Jefes de Oficina, serán comunicadas a funcionarios y contratistas de la entidad a través de reuniones, intranet, web y carteleras electrónicas.

En la auditoría se evidenció que por medio de la Intranet, la página web y en las carteleras electrónicas se divulgó la información requerida.

Segunda política. *Posicionamiento ante los diversos públicos:* La información oficial y los documentos públicos generados en la Superintendencia de Puertos y Transporte deberán seguir las



SUPERINTENDENCIA
DE PUERTOS Y TRANSPORTE
MINISTERIO DE TRANSPORTES

INFORME DE AUDITORIA INTERNA

pautas de presentación e identificación de la entidad de acuerdo a lo establecido por la Presidencia de la República y el Manual de Imagen Corporativa de la entidad. Se evidenció aleatoriamente que

Recomendación. Los requisitos del logotipo del Ministerio de Transporte debe incluirse como complemento del logo de la Superintendencia de Puertos y Transporte únicamente cuando se trate de piezas de comunicación que se utilizarán en eventos externos. Cualquier pieza impresa o audiovisual que la entidad diseñe para presentar hacia el exterior de la entidad debe llevar el logotipo del Ministerio de Transporte y el lema de la Presidencia de la República en el siguiente orden:

Copia de pantalla del Manual de Imagen Corporativa Institucional



Fuente: Manual de Imagen Corporativa Institucional

Tercera política. Desarrollo de la política general de comunicaciones de la SPT: Se evidenció acompañamiento por parte del Grupo de Comunicaciones a las demás áreas de la entidad para apoyar a las dependencias en las distintas campañas institucionales (internas y externas).

Cuarta política. La información es un bien colectivo: se evidenciaron boletines y flash informativos, que difunden la información de carácter institucional. Se observó que antes de publicar información en la intranet, boletines informativos y demás, se realizó previa supervisión de la información por parte del grupo de Comunicaciones. Se evidenció por medio de correos electrónicos.

Quinta política. Apertura y visibilidad en la comunicación con la ciudadanía: en el análisis del Plan Estratégico Institucional, con respecto a la Rendición de cuentas, el grupo de Comunicaciones, dentro de la rendición de cuentas anual que presenta el Ministerio de Transporte a la sociedad, fue posible evidenciar que se puso a disposición la información de los resultados más importantes de la gestión de vigilancia y control de la entidad.

ENCUESTA

Los resultados de la encuesta aplicada por el grupo de comunicaciones en la vigencia 2017 para medir la percepción de la ejecución de sus actividades a nivel interno, no fueron socializados en la Entidad, no se evidenció la presentación de los resultados al Comité Directivo, ni al Comité Institucional de Desarrollo Administrativo, para la generación de observaciones y recomendaciones por parte de la alta dirección. No se evidenció que a partir de los resultados de la encuesta se hayan



INFORME DE AUDITORIA INTERNA

tomado acciones correctivas o preventivas para la planeación o desarrollo del proceso Gestión de Comunicaciones.

MAPA DE RIESGOS

Se evidenció Mapa de Riesgos del Proceso de la vigencia 2017, con debilidades en la identificación de los riesgos, valoración, acciones de control y plan de manejo. Se observó un cumplimiento parcial de las acciones programadas para evitar su materialización.

Se recomienda ejercer un control preventivo sobre la operación del proceso, estableciendo acciones efectivas para el manejo de los riesgos y el aseguramiento del cumplimiento del objetivo. Se recomienda revisar y actualizar el mapa de riesgos y solicitar apoyo por parte de la Oficina Asesora de Planeación.

12. FORTALEZAS:

- Activa participación del grupo Comunicaciones en el desarrollo de la Auditoría Interna. Presentación del equipo de trabajo y roles que desempeñan en el proceso.
- El grupo de Comunicaciones facilitó información para el desarrollo de la Auditoría Interna.
- Se identifican buenas prácticas de comunicación interna del área.
- Se ha dado cumplimiento al manejo de la imagen institucional.
- Se cuenta con la documentación básica del proceso gestión de comunicaciones.

13. HALLAZGOS :

No de hallazgo	Requisito que Incumple
1	<p>OPORTUNIDAD DE MEJORA</p> <p>Al realizar la revisión en la matriz identificada como Plan Estratégico de Comunicaciones, se pudo evidenciar que existen fechas de entrega "No definidas", para lo cual no se estableció fecha específica de realización de las actividades planeadas para la vigencia 2017, no se estableció el presupuesto o la estrategia por la que se recaudarán fondos para realizar las actividades, no se definen metas, estrategias, alcances y métodos de evaluación.</p> <p>Con debilidades en la documentación y articulación con la Política de Comunicaciones. No se evidencian acciones efectivas que fortalezcan el sentido de pertenencia de los funcionarios y contratistas con la Entidad.</p>



SUPERINTENDENCIA
DE PUERTOS Y TRANSPORTE
MINISTERIO DE TRANSPORTE

INFORME DE AUDITORIA INTERNA

No se evidenció socialización con los funcionarios sobre el procedimiento para la publicación de información en las carteleras. Se recomienda documentar el Plan Estratégico de Comunicaciones con el acompañamiento de los profesionales de Planeación, que asegure elementos mínimos, como descripción de actividades, cronogramas responsables, indicadores, etc.

Verificar que el Plan Estratégico de Comunicaciones establezca actividades de divulgación de cada uno de los programas y proyectos, del Plan de Desarrollo, que le competen a la Supertransporte.

Articular y documentar, en el Plan Estratégico de Comunicaciones, los lineamientos de la Política "Comunicación Informativa" relacionados con:

- Ley de Transparencia
- Realización de foros y espacios de participación en la página web
- Boletines, ruedas de prensa
- Difusión en redes sociales
- Medición de Indicadores
- Medición de percepción

14. CONCLUSIONES

Se hace la salvedad que la presente auditoría interna corresponde al programa de auditorías internas vigencia 2017.

El Plan Estratégico de Comunicaciones, es supeditado al presupuesto asignado y a la ejecución de los recursos humanos. El fin de dicho plan es realizar las distintas actividades que se consideran necesarias para el cumplimiento de los fines misionales del grupo de comunicaciones y de la entidad, por lo cual, previamente, se debe planear el presupuesto asignado (si lo hay) al grupo y a las actividades que se ejecutarán en cada vigencia, para así mismo, tener claridad y certeza de las actividades que se realizarán según lo estipulado en el Plan.

No se evidenció aprobación formal del Plan Estratégico de Comunicaciones vigencia 2017, el formato no está documentado en la cadena de valor y no se evidencian ajustes y modificaciones al mismo. Este documento es de suma importancia para planificar y controlar el diseño y desarrollo de los productos del proceso; en el cual se deben determinar la revisión, verificación y validación, apropiadas para cada etapa del diseño y desarrollo, y las responsabilidades y autoridades para el diseño y desarrollo de los productos del proceso.

Los resultados de la planificación deben actualizarse, según sea apropiado, a medida que progresa el diseño y desarrollo.

15. RECOMENDACIONES

Verificar la pertinencia de replantear la estructura del Plan Estratégico de Comunicaciones, con el fin de detallar el responsable de ejecutar cada actividad programada.



SUPERINTENDENCIA
DE PUERTOS Y TRANSPORTE
MINISTERIO DE TRANSPORTES

INFORME DE AUDITORIA INTERNA

Autoevaluar periódicamente el Plan de Comunicaciones, que permita asegurar la ejecución de las actividades y tomar acciones o decisiones oportunas.

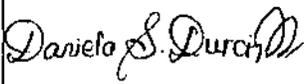
Identificar y documentar un indicador que permita medir el impacto que genera en los usuarios las campañas divulgadas en las redes sociales, y la efectividad de las campañas.

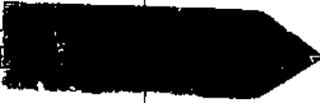
Realizar trabajo conjunto por parte del grupo de Comunicaciones con la Delegada de Tránsito y Transporte, de Concesiones e Infraestructura y de Puertos, con el fin de realizar campañas concertadas con un análisis del posible impacto que generaran en las empresas vigiladas y la ciudadanía en general.

Incluir la retroalimentación realizada por la ciudadanía que permita optimizar la efectividad de las comunicaciones, acorde con lo estipulado en la quinta dimensión de MIPG.

Fomentar en los servidores públicos apropiación de la cultura organizacional y de la plataforma estratégica, que les permita tener claridad respecto a cómo le aportan a lo misional desde su quehacer cotidiano.

Respecto a los hallazgos incluidos en el presente informe preliminar, el responsable del proceso deberá realizar la retroalimentación dentro de los tres (3) días siguientes al recibido de dicho informe a los correos danieladuranvargas@supertransporte.gov.co y jefaturacontrolinterno@supertransporte.gov.co, es decir a más tardar el día 2 de marzo de 2018, en caso de no recibir observaciones dentro de este plazo, se entenderá que el informe queda en firme y deberá ser firmado por el líder y colíder del proceso.

16. FIRMA DE LOS AUDITORES		17. FIRMA DEL AUDITADO	
----------------------------	---	------------------------	---

18. FIRMA DEL CONTROL INTERNO		
-------------------------------	---	--

Elaboró y ejecutó: Daniela Stefanny Durán Vargas – Secretaria Ejecutiva, Oficina de Control Interno.C:\Z:\ÁRBOL ELECTRÓNICO OCI 200_2018\200-29 EVALUAC Y SEGUIM\200-29_02 AUDIT INTER PROCES\Auditoría Comunicaciones\InformeAuditorialInternaComunicaciones2017.docx