


	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	



TIPO DE INFORME: Marque con X el tipo de informe	Preliminar		Final	X
--	-------------------	--	--------------	----------

TABLA DE CONTENIDO

1.	TÍTULO DE LA AUDITORÍA	3
2.	FECHA DE LA AUDITORÍA.....	3
3.	PERIODO EVALUADO	3
4.	PROCESO AUDITADO	3
5.	LÍDER DEL PROCESO / LÍDER DEL ÁREA	3
6.	AUDITORES.....	3
7.	OBJETIVO DE LA AUDITORÍA	3
8.	ALCANCE DE LA AUDITORÍA.....	3
9.	CRITERIOS.....	3
10.	METODOLOGÍA	4
11.	SITUACIONES GENERALES.....	5
11.1	DOCUMENTOS DEL PROCESO	5
11.1.2	INSTRUCTIVO DE REDACCIÓN Y ESTILO PARA LA INTRANET V3 de 2018 y MANUAL DE USO DIGITAL V1 de 2019	5
11.1.3	CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO MARCA Y COMUNICACIONES EGCM-CR-001 V7 de 2018:.....	6
11.1.4	PROCEDIMIENTO ADMINISTRACIÓN DE MEDIOS Y CANALES INTERNOS EGCM-PD-004 V5 de 2022:.....	7
11.1.5	PROCEDIMIENTO GESTIÓN DE COMUNICACIÓN EXTERNA EGCM-PD-005 V5.....	10
11.1.6	MANUAL DE COMUNICACIÓN PARA LA CRISIS EGCM-MN-001 V5.....	11
Tabla 1.	Verificación conocimiento Manual de Comunicación para la Crisis	12
11.1.7	MANUAL DE USO DE MARCAS Y SUBMARCAS EGCM-MN-003 V1 de 2023.....	14
11.1.8	ESTRATEGIA DE MARCA Y COMUNICACIONES TERRITORIO CAPITAL	15
11.1.9	DOCUMENTOS NO FORMALIZADOS EN EL SISTEMA DE GESTIÓN RELACIONADOS CON EL SEGUIMIENTO DE LAS ALIANZAS.....	15
11.1.10	Análisis de la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre los documentos evaluados en numeral 11.1 / Análisis OCI:	17
11.2	LINEAMIENTO DISTRITAL “MANUAL DE USO DE MARCA CIUDAD BOGOTÁ”	22
11.2.1	Análisis de la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre el Manual de uso marca ciudad Bogotá	25
11.3	RIESGOS DEL PROCESO	26
11.3.1	RIESGO DE GESTIÓN IDENTIFICADO PARA LAS VIGENCIAS 2023 Y 2024.....	26
Tabla 2.	Ejemplo de redactar el control del riesgo de gestión del proceso	27
11.3.2	RIESGO DE CORRUPCIÓN IDENTIFICADO PARA LAS VIGENCIAS 2023 Y 2024	27
11.3.3	RIESGO MATERIALIZADO NO IDENTIFICADO EN EL MAPA DE RIESGOS DE GESTIÓN DE CAPITAL.....	28

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

11.3.4	Análisis de la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre los riesgos evaluados en numeral 11.3 / análisis OCI:.....	30
11.4.	INDICADORES DE GESTIÓN VIGENCIA 2023.....	31
Tabla 3.	Indicadores plan de acción vigencia 2023	31
11.4.1	Análisis de la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre los indicadores evaluados en numeral 11.4:34	
11.5.	ALIANZAS REALIZADAS POR EL ÁREA DE MARCA Y COMUNICACIONES A TRAVÉS DE LA MODALIDAD DE CARTAS DE INTENCIÓN	34
Tabla 4.	Verificación respuesta a las cartas de intención de alianzas.....	35
11.5.1	Análisis de la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre las alianzas evaluadas en el numeral 11.5:	37
11.6	MANUAL DE FUNCIONES DEL PROFESIONAL ESPECIALIZADO DEL ÁREA DE MARCA Y COMUNICACIONES	38
11.6.1	Análisis de la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre las debilidades en la actualización del manual de funciones del profesional de Marca y Comunicaciones evaluado en el numeral 11.6 / Análisis OCI:	42
11.7.	GESTIÓN CONTRACTUAL DEL ÁREA DE MARCA Y COMUNICACIONES	44
Tabla 5.	Muestra Acuerdos de Colaboración	45
Tabla 6.	Muestra contratos	45
Tabla 7.	Muestra Alianzas	47
11.7.1	Análisis de la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre los contratos evaluadas en el numeral 11.7 / Análisis OCI:	50
Tabla 8.	Resumen debilidades en los expedientes de las alianzas	50
11.8	GESTIÓN DOCUMENTAL DEL PROCESO DE GESTIÓN DE MARCA Y COMUNICACIONES	51
12.	OBSERVACIONES.....	52

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

1. TÍTULO DE LA AUDITORÍA

Auditoría al proceso de Gestión de Marca y Comunicaciones

2. FECHA DE LA AUDITORÍA

1 de febrero al 3 de mayo de 2024.

3. PERIODO EVALUADO

Del 1 de enero de 2023 y lo corrido de 2024.

4. PROCESO AUDITADO

Gestión de Marca y Comunicaciones, teniendo en cuenta las actividades verificadas de revisaron temas de otras áreas como Planeación, Jurídica y Contratación, y Recursos Humanos.

5. LÍDER DEL PROCESO / LÍDER DEL ÁREA

Paula Arenas Canal - Gerente General / Edgardo José Paz Espinosa - Profesional Especializado Marca y Comunicaciones

6. AUDITORES

Diana del Pilar Romero / Henry Guillermo Beltrán

7. OBJETIVO DE LA AUDITORÍA



Verificar el cumplimiento de las actividades asociadas a la planeación, ejecución y control del proceso Gestión de Marca y Comunicaciones, para generar las recomendaciones pertinentes que contribuyan al logro de los objetivos estratégicos y la mejora del proceso.

8. ALCANCE DE LA AUDITORÍA

Verificar para la vigencia 2023 y lo corrido del 2024 el cumplimiento de políticas, procedimientos y demás lineamientos aplicables al proceso de Marca y Comunicaciones.

9. CRITERIOS

- Constitución Política de Colombia.
- Ley 87 de 1993 "Por la cual se establecen normas para el ejercicio del control interno en las entidades y organismos del estado y se dictan otras disposiciones"
- Ley 1712 de 2014 "Por medio de la cual se crea la Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional y se dictan otras disposiciones"
- Resolución 143 de 2023 "Por la cual se modifica el Manual Específico de Funciones y Competencias Laborales de la Planta de Canal Capital"
- Resolución 1519 de 2020 de MinTIC "Por la cual se definen los estándares y directrices para publicar la información señalada en la Ley 1712 del 2014 y se definen los requisitos materia de acceso a la información pública, accesibilidad web, seguridad digital, y datos abiertos"
- Acuerdo 381 de 2009 "Por medio del cual se promueve el uso del lenguaje incluyente"
- Acuerdo 60 de 2001 Archivo General de la Nación - AGN "Por el cual se establecen pautas para la administración de las comunicaciones oficiales en las entidades públicas y las privadas que cumplen funciones públicas"
- Acuerdo 744 de 2019 "Por medio del cual se dictan los lineamientos para el uso de la Marca Ciudad "Bogotá"
- NTC 5854 Accesibilidad a páginas web
- Guía para la administración del riesgo y el diseño de controles en entidades públicas, DAFP, versión 6, 2022.
- Política de administración de riesgos, Canal Capital, versión 8, 2022.
- Manual de uso de marca ciudad "BOGOTÁ"
- Manual metodológico para la administración del riesgo, Canal Capital, versión 6, 2023.
- Manual operativo del MIPG, DAFP, V5 de 2023.
- Manual de contratación, versión 11 de 2022

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

- Manual de supervisión e interventoría, versión 01 de 2022
- Caracterización, procedimientos, planes, manuales, políticas, guías y demás documentos del Sistema Integrado de Gestión relacionados con el objetivo de la auditoría.
- Las demás normas pertinentes relacionadas con el objetivo de la auditoría.

10. METODOLOGÍA

De conformidad con la Guía de Auditoría para Entidades públicas expedida por el DAFP (V4 de 2020), se emplearon los siguientes procedimientos de auditoría: Consulta, observación y revisión de evidencia virtual.

Adicionalmente, se empleó la metodología PHVA (Planear, Hacer Verificar y Actuar)

PLANEAR:

- Definición de los objetivos, el alcance y los tiempos de ejecución de la auditoría.
- Preparar las preguntas a realizar en las mesas de trabajo, papeles de trabajo, investigación documental y procedimental sobre el tema objeto de evaluación.
- Elaboración del Plan de auditoría.
- Conocimiento del proceso a través de la reunión presencial adelantada el día 29/02/2024.
- Preparación de solicitudes de información a las áreas auditadas e involucradas en el proceso.

HACER:



- Solicitud de información mediante memorandos y correo electrónico a las áreas de Marca y Comunicaciones, Planeación, Digital, Jurídica, Sistemas, Técnica y Talento Humano.
- Mesas de trabajo con el área de Marca y Comunicaciones y Jurídica.
- Reunión con la Gerente General para confirmar las reasignaciones de funciones que durante la vigencia 2023 ejecutó Marca y Comunicaciones.
- Análisis de la información remitida (soportes) por las unidades auditables, en herramienta digital (Drive), así como de correos electrónicos y solicitudes complementarias pertinentes al proceso.
- Elaborar el Informe preliminar de auditoría y remitirlo a los líderes y/o responsables del proceso auditado.
- Análisis de respuestas remitidas por los responsables a través del memorando 413 de 2024 y determinar la subsanación de las no conformidades y observaciones.
- Solicitudes de información adicional a las áreas de Recursos Humanos y Marca y Comunicaciones a través del correo electrónico.
- Mesa de trabajo con el área Jurídica el 29/05/2024.
- Mesa de trabajo con la Secretaría General el 04/06/2024.
- Mesa de trabajo con el área de Planeación el 05/06/2024.
- Elaboración del Informe final de auditoría y entrega a los líderes y/o responsables del proceso auditado.
- Elaboración del informe ejecutivo de auditoría a Gerencia General en el formato diseñado para tal fin [CCSEFT-024]

VERIFICAR:

- Análisis de la información, evidencias, verificación del cumplimiento de acuerdo con lo establecido en los procedimientos, requisitos legales, normas aplicables definidas para la auditoría.
- Aplicación de pruebas de auditoría.

ACTUAR:

- Solicitud del Plan de Mejoramiento de las observaciones identificadas en el informe final de auditoría en el formato CCSE-FT-001 Administración de Acciones Correctivas, Preventivas y de Mejoramiento.

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

11.SITUACIONES GENERALES

A continuación, se describen cada uno de los temas evaluados durante la auditoría:

11.1 DOCUMENTOS DEL PROCESO

En cuanto a los documentos vigentes del proceso de conformidad con el listado maestro de documentos se evidenciaron los siguientes aspectos positivos y debilidades:

- **Aspectos positivos:**

- ✓ Se actualizó la política de comunicaciones de Capital para el periodo 2020 – 2024 de conformidad con la visión estratégica de la Gerencia, es importante que con el cambio de administración de la vigencia 2024 se revise nuevamente la política y en caso de requerirse se actualice con los nuevos lineamientos de la nueva administración.
- ✓ Durante la vigencia 2023 se definió una Estrategia de Marca y Comunicaciones, para establecer el enfoque, el estilo y lo que se espera lograr con las comunicaciones que se realizan desde Capital, de igual manera es importante que la estrategia se revise con la nueva administración de la entidad y se ajuste de conformidad con lo indicado en el numeral [11.1.7](#) del presente informe.
- ✓ Se creo un Manual de uso de Marcas y Submarcas de Capital, documento que nunca se había implementado en la entidad. Este es susceptible de mejoras de conformidad con lo indicado en el numeral [11.1.6](#)

- **Debilidades:**

- Se evidenciaron debilidades en los siguientes documentos del proceso:

11.1.2 INSTRUCTIVO DE REDACCIÓN Y ESTILO PARA LA INTRANET V3 de 2018 y MANUAL DE USO DIGITAL V1 de 2019

De conformidad con las pruebas realizadas los siguientes documentos: INSTRUCTIVO DE REDACCIÓN Y ESTILO PARA LA INTRANET V3 de 2018 y MANUAL DE USO DIGITAL V1 de 2019 no son utilizados por el proceso de Marca y Comunicaciones a pesar de ser el proceso responsable en el Sistema de Gestión de Capital de dichos documentos, tampoco se ha solicitado su eliminación, actualización o traslado al proceso competente, teniendo en cuenta que el área indicó que el *Manual de Uso Digital* no se utiliza por parte del proceso de Marca y Comunicaciones, como se muestra continuación:

Manual de uso digital:

7. Se adjunta el soporte de la Matriz de Audiencias en la que reposa toda la información correspondientes a la medición de audiencias digitales para la vigencia 2023 y lo corrido de 2024, acorde al numeral 13 del manual en mención; sin embargo, cabe resaltar que dicho manual no se actualiza desde el 20 de marzo de 2019 y en el área de Marca y Comunicaciones no se utiliza dicho manual, más allá del punto solicitado. Los demás ítems corresponden a manejo de uso digital.

Fuente: Respuesta al memorando 162 de 2024

Al respecto se indica lo siguiente:

- Se trata de un documento pendiente de revisión y actualización desde hace cuatro (4) vigencias.
- El área evaluada manifiesta que es un documento en desuso.



- El numeral del manual relacionado con la matriz de audiencias es controlado y gestionado por el grupo encargado de audiencias, que actualmente de conformidad con la reasignación de funciones dada desde la Gerencia corresponde a las áreas de Programación y Digital.

De lo anterior se informa de una debilidad en la planeación estratégica del área de Marca y Comunicaciones toda vez que cuenta con documentos en su sistema de gestión que no son usados ni contemplan las funciones esenciales del área de Marca y Comunicaciones.

Se recuerda que es responsabilidad del líder de proceso y una función del profesional especializado del área de Marca y Comunicaciones *"Definir, documentar y formalizar los procedimientos y procesos mediante los cuales se ejercen las funciones que han sido asignadas, así como los riesgos inherentes a los mismos y el plan para su administración; con atención, entre otros, a los principios de autocontrol y autoevaluación"* y así mismo solicitar de conformidad con los lineamientos del MANUAL PARA EL CONTROL DE DOCUMENTOS INSTITUCIONALES V6 de 2023 su actualización y/o eliminación del listado maestro de documentos, por lo tanto, se ha incumplido con los lineamientos internos de Capital.

11.1.3 CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO MARCA Y COMUNICACIONES EGCM-CR-001 V7 de 2018:

La caracterización del proceso lleva seis (6) años sin ser actualizada, por lo tanto, incumple con la utilización del formato vigente de Capital, el nombre del proceso no atiende a lo dispuesto en la Resolución Interna 164 de 2023 y las actividades claves que ha realizado el proceso no se han documentado de conformidad con los lineamientos de la Gerencia de vigencias anteriores.

		CARACTERIZACIÓN DE PROCESO GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES		CÓDIGO: VERSIÓN: FECHA DE VIGENCIA:	EGCM-CR-001 7 06/11/2018		
1. MACROPROCESO		ESTRATEGICO		1.1 PROCESO	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	2. LÍDER PROCESO	GERENTE GENERAL
3. OBJETIVO PROCESO		Generar canales de comunicación internos y externos para fortalecer la gestión de la entidad ,mediante estrategias comunicacional organizacional interna y estrategias de comunicación masiva de forma externa.					
4. ALCANCE DEL PROCESO		Inicia con la formulación de políticas de comunicación del Canal tanto interna como externa y finaliza en su implementación y evaluación.					
5. ENTRADAS		6. ACTIVIDADES				7. SALIDAS	
5.1 Información - registro	5.2 Proveedor					7.1 Información - registro	7.2 Cliente - Usuario
Plan Distrital de Desarrollo	Alcaldía Mayor de Bogotá					Política de comunicaciones	Todos Procesos Canal Capital Ciudadanía
Plan Estratégico, Plan de Inversiones	Proceso Planeación Estratégica					Plan de comunicaciones	Todos Procesos Canal Capital Ciudadanía
Lineamientos de la Alta Dirección	Alta Dirección del Canal					Publicaciones sobre Canal Capital en otros medios de comunicación	Alta Dirección Procesos Misionales del Canal Entidades Distritales
Normatividad, Imagen visual Lineamientos Sectoriales	Entidades distritales, nacionales y entes de control Alta Dirección					Alianza de medios	Procesos Misionales
Resultados de la gestión	Proceso de Gestión de las Comunicaciones	6.1 Planear		Formulación de lineamientos en materia de comunicaciones Formulación del plan de comunicaciones anual que acompaña la Política de Comunicaciones		Publicación de información interna y externa en la página web de Canal Capital	Ciudadanía Todos los procesos del Canal

Fuente: Intranet de Capital

Teniendo en cuenta las actividades realizadas por el proceso durante la vigencia 2023 de conformidad con los lineamientos de la Gerencia y el cambio en las funciones del profesional especializado de Marca y Comunicaciones que se dieron a través de la Resolución 142 de 2023 se evidencia que la caracterización del proceso está desactualizada al no incluir la totalidad de actividades clave que realizó y caracterizó al proceso, como lo son:

- Emitir lineamientos para atender las situaciones de Crisis.
- La gestión de alianzas estratégicas. (Actividad reasignada en 2024 al área de Ventas y Mercadeo)
- Su articulación con la plataforma estratégica adoptada mediante la Resolución Interna 128 de 2021
- Realizar contenidos audiovisuales de autopromoción y estrategias de divulgación para las diferentes áreas o equipos de trabajo del Canal. (Actividad reasignada en 2024 a la Dirección Operativa)
- Revisión del botón de transparencia de la página web de Capital. (Función reasignada en 2024 al área Digital)

- Análisis de audiencias. (Actividad reasignada en 2024 a las áreas Digital y de Programación)

Para la presente vigencia es necesario que se actualice la caracterización del proceso de Gestión de Marca y Comunicaciones y se realice una revisión integral de los documentos del Sistema Integrado de Gestión los procesos que han tenido cambios en sus actividades de conformidad con la reasignación que se ha hecho desde la Gerencia, se recomienda tener en cuenta que este documento es un insumo clave para poder realizar una adecuada actualización de las Tablas de Retención Documental de los procesos.

11.1.4 PROCEDIMIENTO ADMINISTRACIÓN DE MEDIOS Y CANALES INTERNOS EGCM-PD-004 V5 de 2022:

El procedimiento fue actualizado en mayo de 2022, por lo tanto, el nombre del proceso no corresponde a lo dispuesto en la Resolución Interna 164 de 2023 *"Por la cual se adopta el mapa de procesos de Canal Capital, se deroga la Resolución 073 de 2022, y se dictan otras disposiciones"*

En las políticas de operación del procedimiento y actividades se indica que:

- Política de operación N° 2:** *"Únicamente autorizará la publicación de las piezas comunicativas el Líder de Comunicaciones y/o el Coordinador de Prensa y Comunicaciones después de verificada su información con las áreas solicitantes"*. Para verificar el cumplimiento de esta política se tomó una muestra aleatoria de 20 comunicaciones internas y se solicitó remitir el soporte de aprobación de la pieza de comunicaciones previo a su publicación por parte del líder de comunicaciones y/o el coordinador de prensa, evidenciando las siguientes debilidades:



- Para 9 de las 20 comunicaciones verificadas se incumplió con la política de operación, puesto que, no se cuenta con soporte de la aprobación por el líder de comunicaciones y/o el coordinador de prensa.

Se indica por parte del área que para las comunicaciones internas realizadas hasta antes de abril de 2023 *"no se hacía probación de la pieza por parte del líder de comunicaciones"*, es importante mencionar que este procedimiento en su última versión está vigente desde Mayo de 2022 y su actualización fue aprobada por el actual líder de Comunicaciones, por lo que no se justifica que no se haya realizado el control en este periodo, se contaba con un procedimiento que debía ser socializado y aplicado por los responsables:

Número	Fecha de recepción	Área solicitante	Solicitud / Tema	Canal / Producto	Fecha de publicación	Soporte del punto de control de la actividad 7 del procedimiento: (Aprobación de la pieza por parte del responsable)	Soporte del cumplimiento de la política de operación: • Únicamente autorizará la publicación de las piezas comunicativas el Líder de Comunicaciones y/o el Coordinador de Prensa y Comunicaciones después de verificada su información con las áreas solicitantes
1	13/1/2023	Atención al Ciudadano	Recomendaciones para respuestas de PQRS	Mailing	23/1/2023	Acuerdo Atención al ciudadano y Comunicaciones	Durante esta periodo no se hacía la aprobación de la pieza por parte del Líder de Comunicaciones y/o el Coordinador de Prensa y Comunicaciones
2	27/1/2023	Planeación	Resultados Audiencia Pública de Rendición de Cuentas	Comunicado interno	31/1/2023	Aprobado Planeación	Durante esta periodo no se hacía la aprobación de la pieza por parte del Líder de Comunicaciones y/o el Coordinador de Prensa y Comunicaciones

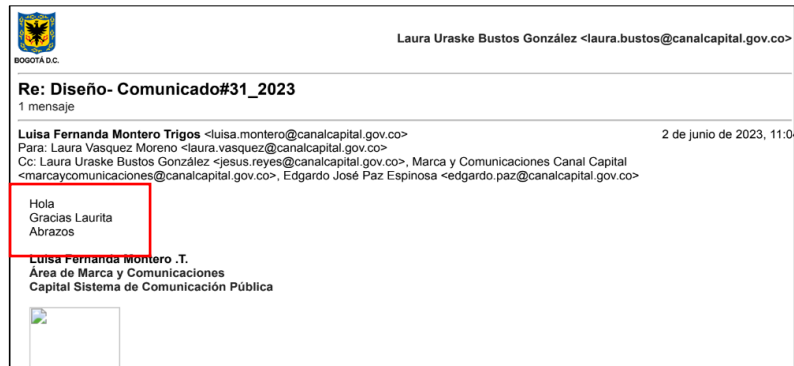
Fuente: Papel de trabajo de auditoría verificación OCI

- No se cuenta con un lineamiento claro frente a la forma en que se debe ejecutar la política de operación, es importante especificar en el procedimiento la manera en que esta se ejecuta, para lo cual se recomienda que siempre sea documentado bien sea a través del correo electrónico u otro medio escrito dónde se pueda tener la evidencia de la aprobación, puesto que actualmente se remitieron correos donde se dan las "gracias" por la elaboración de la publicación, pero no se indica claramente si está aprobada y adicionalmente hay otros

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

casos donde se indica que la aprobación se hizo por WhatsApp pero no hay soporte. Por lo anterior se debe estandarizar la forma de realizar dicha aprobación en el procedimiento.

Adicionalmente se recomienda que se establezca como una actividad y punto de control del procedimiento, ya que, de conformidad a como está definido, sin la revisión y aprobación del líder de Comunicaciones y/o el coordinador de prensa no se realizará ninguna publicación interna.

















Fuente: Soporte de aprobación Comunicado 31

Número	Fecha de recepción	Área solicitante	Solicitud / Tema	Canal / Producto	Fecha de publicación	Soporte del punto de control de la actividad 7 del procedimiento: (Aprobación de la pieza por parte del responsable)	Soporte del cumplimiento de la política de operación: • Únicamente autorizará la publicación de las piezas comunicativas el Líder de Comunicaciones y/o el Coordinador de Prensa y Comunicaciones después de verificada su información con las áreas solicitantes
20	14/12/2023	Audiencias	Banner Encuesta	Pieza gráfica		Aprobado por la líder de Audiencias	La aprobación se hizo a través de Whatsapp

Fuente: Papel de trabajo de auditoría verificación OCI

- Política de operación 5:** "La evaluación del impacto de campañas y el informe de medición se hacen semestralmente". Resultado de las pruebas adelantadas se evidencia que esta política de operación no se ejecuta como está establecida, ya que, de conformidad con lo indicado por los responsables los informes de impacto de campañas se están realizando de manera mensual y del informe de medición no se reportó información de sí se está realizando por parte del área. Por lo anterior, se incumplió con lo indicado en el procedimiento y se debe actualizar de conformidad con las actividades que efectivamente realiza el área.
- No se registran productos o salidas en el procedimiento:** En el procedimiento no se indican cuáles son los productos o salidas de las actividades:

		PROCESO:	GESTIÓN DE LAS COMUNICACIONES	VERSIÓN:	5	ALCALDÍA DE BOGOTÁ
		PROCEDIMIENTO:	ADMINISTRACIÓN DE MEDIOS Y CANALES INTERNOS	FECHA DE VIGENCIA:	11/05/2022	
3. PROCEDIMIENTO						
No.	INSUMO / ENTRADA (Información- registro)	ACTIVIDAD		PRODUCTO / SALIDA (Documento- registro)	RESPONSABLE DE LA ACTIVIDAD	
						
1	Brief entregado por el área solicitante		Recibir solicitud de pieza, texto u otros productos de comunicación vía correo electrónico por parte del área interna al responsable de comunicación interna.		Encargado de comunicación interna.	
2			Definir el producto que responda a la necesidad. Se realiza análisis de la petición y definición del producto más adecuado para la necesidad de comunicación y el público objetivo.		Encargado de comunicación interna.	
3	Plan de comunicaciones		Concepción de la campaña, redacción / revisión / edición de textos y solicitud de información adicional al área requeriente (de ser necesario).		Encargado de comunicación interna.	
4	Plan de comunicaciones		Definir canales y horario de publicación para el envío de la comunicación internamente.		Encargado de comunicación interna.	
5			Entregar insumos necesarios al diseñador gráfico: logos, textos y gráficos editables, tipografías, manuales de marca, fotos oficiales en alta en JPG con crédito del fotógrafo.		Encargado de comunicación interna.	
6	Plan de comunicaciones Política de comunicaciones		Diseñar y/o crear piezas o productos sobre textos y formatos aprobados.		Diseñadora Gráfica.	

Fuente: Intranet de Capital

El área Planeación debe retroalimentar al proceso de Marca y Comunicaciones en el momento en se realiza la revisión y aprobación del documento, puesto que esta columna debe estar diligenciada con el documento o registro resultado de ejecutar la actividad.

4. **Actividad 7 – Punto de Control:** “*Entregar la pieza o producto diseñado para revisión del responsable de comunicación interna*”. Se evidenció que no se cuenta con un lineamiento claro frente a la forma en que se debe ejecutar el punto de control, se debe especificar en el procedimiento la manera en que se soporta, puesto que se remitieron correos donde se aprueba la pieza por el área responsable y hay otros casos donde se indica que se hizo por WhatsApp pero no hay soporte. Por lo anterior se debe estandarizar la forma de realizar dicha aprobación en el procedimiento, para lo cual se recomienda que siempre sea documentado, bien sea a través del correo electrónico u otro medio escrito dónde se tenga la evidencia y trazabilidad la evidencia de la aprobación.

Número	Fecha de recepción	Área solicitante	Solicitud / Tema	Canal / Producto	Fecha de publicación	Soporte del punto de control de la actividad 7 del procedimiento: (Aprobación de la pieza por parte del responsable)	Soporte del cumplimiento de la política de operación:
9	27/4/2023	Recursos Humanos	Encuesta salud	Boletín interno	3/5/2023	No se encuentra la evidencia del envío, se hizo por Whatsapp.	<ul style="list-style-type: none"> • Unicamente autorizará la publicación de las piezas comunicativas el Lider de Comunicaciones y/o el Coordinador de Prensa y Comunicaciones después de verificada su información con las áreas solicitantes <p>Durante esta periodo no se hacía la aprobación de la pieza por parte del Lider de Comunicaciones y/o el Coordinador de Prensa y Comunicaciones</p>

Fuente: Papel de trabajo de auditoría verificación OCI

5. **Aspectos que faltan en el procedimiento:** Se evidencia que en el procedimiento falta aclarar cuál es el tiempo mínimo con el que el área solicitante debe remitir a Marca y Comunicaciones la información para elaborar la comunicación interna, pues se encontraron casos dónde el área indicó que “no se publicó la pieza, puesto que enviaron la solicitud sobre el tiempo”, sin embargo, el tiempo no está estipulado ni documentando en el procedimiento para conocimiento de las áreas solicitantes.


Fecha de recepción	Área solicitante	Solicitud / Tema	Canal / Producto	Fecha de publicación
03/11/2022	Planeación	Acción Pedagógica Plásticos De Un Solo Uso	Área	No se publicó, puesto que enviaron la solicitud sobre el tiempo
01/12/2022	Planeación	Encuentro de las Redes de Movilidad: ¿Cómo atender víctimas de siniestros viales?	Mailing	No se hizo publicación porque enviaron información sobre el tiempo.

Fuente: Papel de trabajo de auditoría verificación OCI

11.1.5 PROCEDIMIENTO GESTIÓN DE COMUNICACIÓN EXTERNA EGCM-PD-005 V5

El procedimiento fue actualizado en mayo de 2022, por lo tanto, el nombre del proceso no corresponde a lo dispuesto en la Resolución Interna 164 de 2023 *"Por la cual se adopta el mapa de procesos de Canal Capital, se deroga la Resolución 073 de 2022, y se dictan otras disposiciones"*

1. **Actividades del procedimiento:** Para evaluar este procedimiento se realizó una prueba de recorrido el día 19/03/2024 con el líder de área para que se explicaran las actividades que se realizan durante la ejecución del procedimiento, evidenciando que el procedimiento está incompleto al no incluirse la siguiente actividad:
- De conformidad con lo indicado en la reunión el procedimiento inicia con: revisar y definir en la reunión de tráfico de campañas, que se realiza de manera semanal, cuáles son las comunicaciones externas aprobadas para realizar, sin embargo, el procedimiento actual inicia con definir la estrategia de Free Press, por lo que se hace necesario actualizar e incluir esta actividad y el producto o salida de la misma en el procedimiento:



3. PROCEDIMIENTO						
No.	INSUMO / ENTRADA (Información- registro)	ACTIVIDAD		PRODUCTO / SALIDA (Documento- registro)	RESPONSABLE DE LA ACTIVIDAD	PUNTO DE CONTROL
		FLUJOGRAMA (¿QUÉ?)	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD (¿CÓMO?)			
		<div>INICIO</div>				
1	Brief con información del programa a posicionar	<div>Definir estrategia de free press</div>	Definir el objetivo de comunicación para la difusión, así como unos mensajes clave y el mensaje sombrilla, así como las acciones a desarrollar en la gestión de prensa.	Estrategia de free press	Jefe de prensa - Asesora de comunicaciones y el director o líder del área que desarrolla el programa	

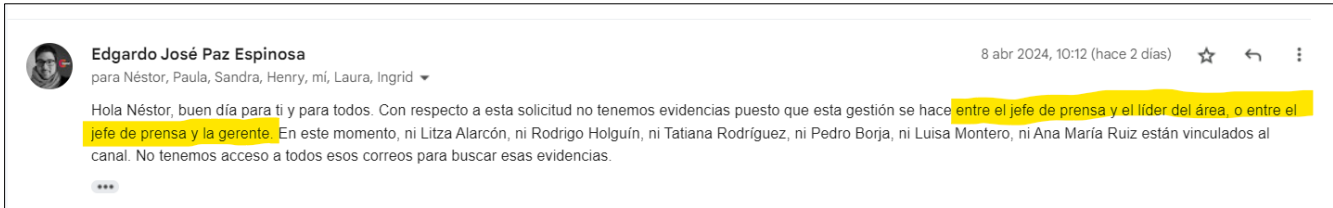
Fuente: Intranet de Capital

2. **Política de operación:**
- a. **Nº 2:** *"Los comunicados oficiales del Canal Capital como entidad, solo se liberarán con previa Autorización y Verificación de la Gerencia General".*

b. **Nº 3:** *"Únicamente autorizará la publicación de las piezas comunicativas, el Coordinador de Comunicaciones después de verificar su información"*Negrilla fuera de texto.

Para evaluar el cumplimiento de las anteriores políticas se seleccionó una muestra aleatoria de 15 comunicaciones externas realizadas durante la vigencia 2023 y se solicitó al área de Marca y Comunicaciones los soportes que demostraran el cumplimiento de estas, para lo cual se recibió la siguiente respuesta por parte del área:

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	



Fuente: Correo electrónico del 08/04/2024 respuesta del profesional de Marca y Comunicaciones

Teniendo en cuenta que en el procedimiento no se estableció que la política de operación la ejecute el “Jefe de prensa” sino el Coordinador de Comunicaciones, lo que equivale al profesional especializado de Marca y Comunicaciones, se incumplió con la política de operación del procedimiento, puesto que no se ejecuta de la manera en la que se encuentra formulada.

De igual manera, se recomienda establecer y estandarizar la manera en que documentalmente se evidencia el cumplimiento de las políticas de operación y se guardan sus evidencias, ya que, al no descargar los correos electrónicos de las probaciones se corre el riesgo de que cada vez que hay un cambio de personal se pierda el acceso a la información como quedó evidenciado en la prueba realizada.

11.1.6 MANUAL DE COMUNICACIÓN PARA LA CRISIS EGCM-MN-001 V5

Este documento fue actualizado en junio 30 de 2023, en el Manual se identificaron 10 posibles situaciones de crisis que deben ser alertadas por las diferentes áreas de Capital que evidencien la materialización de la situación a la Gerencia General para que esta analice la información y convoque al Comité de Crisis de conformidad con la ruta definida en el documento.

Las situaciones de crisis identificadas son:

1. Acusaciones al equipo directivo de corrupción o aspectos morales.
2. Situaciones sin explicación en un ejercicio de control político en el Concejo de Bogotá.
3. Acusaciones de mal manejo de las convocatorias públicas, destinación de los recursos o irregularidades en contratación.
4. Daño de relaciones con el Ministerio TIC, la Comisión de Regulación de Comunicaciones, la Secretaría de Hacienda o el Sector Audiovisual, el Sector Cultura, proveedores o fuentes de financiación.
5. Acusaciones de discriminación étnica y racial, de género u orientación sexual, abusos de autoridad o violencia y acoso sexual entre integrantes del equipo.
6. Retrasos en el pago de sueldos, honorarios u obligaciones con contratistas.
7. Circulación de contenidos con información errada, o filtración de información ultrasensible o uso fraudulento de la marca o la información.
8. Violaciones a la seguridad informática y digital.
9. Uso inadecuado de alguna red social institucional por confusión de perfiles o por contenidos inadecuados.
10. Salida o caída de la señal del aire de Canal Capital y/o eureka tu canal.

Para verificar si las situaciones de crisis son conocidas por los colaboradores de Capital y en caso de que se hayan presentado se hayan notificado a la Gerencia, se tomó una muestra de 5 situaciones de crisis preguntando a las áreas dónde se generan estos casos, lo siguiente:



	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

Tabla 1. Verificación conocimiento Manual de Comunicación para la Crisis

Área	Posible situación de Crisis	¿Participó o fue consultado para la elaboración del Manual para el manejo de situaciones de crisis en comunicaciones V5?	¿El área ha participado en la socialización o capacitación del documento?	¿Se presentó la posible situación de crisis durante la vigencia 2023 y lo corrido de 2024?	¿Se notificó de la posible situación de crisis a la Gerencia?
Técnica	Salida o caída de la señal del aire de Canal Capital y/o eureka tu canal	No	No	Sí	Solo en una de las caídas de señal, debido al posible impacto en la operación.
Digital	Las violaciones a la seguridad informática y digital (incluye Hackeo a la página web)	No	No	Sí, pero en mayo cuando no estaba el manual V5 vigente.	No Aplicaba.
Digital	Uso inadecuado de alguna red social institucional por confusión de perfiles o por contenidos inadecuados.	No	No	No	No
Digital	Circulación de contenidos con información errada, o filtración de información ultrasensible o uso fraudulento de la marca o la información	No	No	No	No
Sistemas	Violaciones a la seguridad informática y digital	No	No	Sí, pero en mayo cuando no estaba el manual V5 vigente.	No Aplicaba.

Teniendo en cuenta las respuestas dadas por las diferentes áreas se evidencian las siguientes debilidades en la construcción, socialización y aplicación del Manual:

1. Teniendo en cuenta las 10 situaciones de crisis descritas en el Manual donde compete a áreas como: Técnica, Digital, Sistemas, Jurídica y Programación, alertar a la Gerencia General de la situación de crisis, se evidencia que las áreas no fueron consultadas para identificar y definir las posibles situaciones de crisis identificadas en el Manual.

Es importante que las áreas involucradas revisen, propongan y avalen lo que se consideró como una situación de crisis y los niveles de riesgos identificados, puesto que hay eventos donde se requiere de los conocimientos técnicos de las áreas para definir los niveles de riesgo, a modo de ejemplo las siguientes situaciones:

- **Salida o caída de la señal del aire de Canal Capital y/o eureka tu canal:** De conformidad con lo indicado por el área Técnica la caída de la señal puede presentarse por segundos o periodos más largos de tiempo, entonces debió consultarse a esta área que posee el conocimiento técnico de la caída de señal si efectivamente los rangos de tiempo identificados (Alto, medio y bajo) por Marca y Comunicaciones son adecuados o requieren ajustes de conformidad con las situaciones que se presentan en los 2 canales de Capital:

<p>Salida o caída de la señal del aire de Canal Capital y/o eureka tu canal.</p>	<p>Alto: suspensión de más de 1 hora que implique salir a dar una declaración de la situación por la reacción mediática, antes de control, Concejo u otros actores claves del audiovisual o las comunicaciones.</p> <p>Medio: una suspensión de señal de más de 10 minutos con daño grave que pueda generar una reacción de audiencia a través de redes sociales.</p> <p>Bajo: algo de 10 minutos con una exposición en redes sociales donde denuncian la caída de la señal.</p>	<p>Fallas de funcionamiento</p>
--	---	---------------------------------

Fuente: Manual de Comunicación para la crisis V5 pág. 14

- Violaciones a la seguridad informática y digital:** Para esta situación de crisis debió consultarse a las áreas de Sistemas y Digital, si de conformidad con los riesgos que ellos tienen identificados se establecieron todas las posibles situaciones de crisis o faltaría incluir otros aspectos como hackeo o daños en la intranet, los diferentes ERP de la entidad, pérdida de información de la entidad, y así mismo determinar si el hackeo a la página Web de Capital es prudente considerarlo de riesgo bajo, teniendo en cuenta que esto puede tener consecuencias e investigaciones por parte de los entes de control.



<p>Violaciones a la seguridad informática y digital.</p>	<p>Alto: se generan daños a terceros que generan acciones legales contra el Sistema que, a su vez, desembocan en una investigación profunda.</p> <p>Medio: las acciones logran generar un ruido externo o reacciones inconvenientes de algunos grupos de interés, pese a la disculpa oficial del Sistema.</p> <p>Bajo: hackeo de las páginas web con material sensible e indebido.</p>	<p>Ataques/Malos manejos</p>
--	---	------------------------------

Fuente: Manual de Comunicación para la crisis V5 pág. 13

Lo anterior, evidencia la necesidad que en la construcción de este tipo de Manuales se consulte a las áreas que de conformidad con su conocimiento técnico pueden realizar aportes acordes con la realidad institucional.

Teniendo en cuenta que, de conformidad con lo indicado en el manual las situaciones de crisis deben ser evaluadas y revisadas mínimo dos veces en el año, por lo que sería necesario incluir a las demás áreas en la actualización del documento.

- Falta mayor socialización y divulgación del Manual, de conformidad con la respuesta de las áreas consultadas no se les ha socializado el documento, si bien este fue compartido a través del boletín interno el 30 de agosto de 2023 (2 meses después de su aprobación) y esta publicado en la intranet, es pertinente realizar mesas de trabajo, capacitaciones internas y/o socializaciones sobre el lineamiento, indicando cuáles son las posibles situaciones de crisis identificadas en Capital y cuál es la ruta que se debe activar en caso de que se materialicen, puesto que si los colaboradores no conocen el instructivo no se realizarán los reportes oportunos ante las situaciones de crisis. (Por ejemplo: *La Salida o caída de la señal del aire de Canal Capital y/o eureka tu canal* de acuerdo a lo señalado por el área técnica se ha presentado sin que se diera cumplimiento a lo establecido en el manual)

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

11.1.7 MANUAL DE USO DE MARCAS Y SUBMARCAS EGCM-MN-003 V1 de 2023

El Manual fue creado por el proceso de Gestión de Marca y Comunicaciones el 21/09/2023, de conformidad con lo indicado por el área este lineamiento fue creado para que los usuarios tanto internos como externos de Capital utilicen los diferentes logos dependiendo de la necesidad de comunicación tengan, sin embargo, al revisar el documento se evidencian las siguientes oportunidades de mejora:

1. El Manual no indica cuales es el objetivo, ni el alcance del mismo. A pesar de no ser un requisito incluir estos aspectos de conformidad con MANUAL PARA EL CONTROL DE DOCUMENTOS INSTITUCIONALES V6, sí es una buena práctica que lineamiento indique para qué fue creado, y quiénes, y cuándo deberán usar los diferentes logos que aparecen en el lineamiento, por ejemplo, para el uso administrativo no es claro cuáles son los logos que se deben utilizar en los documentos del sistema de Gestión de Capital.
2. Se recomienda realizar una mayor socialización y divulgación del uso del Manual pues si bien se compartió en el boletín interno del 14/12/2023 (Mes y medio después de su creación) y se encuentra publicado en la intranet, de conformidad con los resultados de las jornadas de autocontrol realizadas por la OCI durante la vigencia 2023 no todos los colaboradores de la entidad saben cómo acceder a la intranet y qué información se puede consultar allí y tampoco tienen correo institucional, esta situación se presenta especialmente con las áreas misionales que son las que con mayor continuidad deben aplicar el lineamiento.
3. Teniendo en cuenta que en el marco de las alianzas que realiza Capital se solicita al aliado externo que deben utilizar la marca de Capital, como los ejemplos que se muestran a continuación; se verificó que en las carpetas donde reposan los archivos de las alianzas que se aceptaron después del 21/09/2023 o se venían ejecutando en el marco de un acuerdo de colaboración de vigencias anteriores existiera algún soporte documental dónde se remitiera al aliado el MANUAL DE USO DE MARCAS Y SUBMARCAS V1 o se indicara que se debía hacer uso de este, evidenciando que en ninguna de las carpetas de las alianzas celebradas entre los meses de octubre 2023 a marzo de 2024 hay un soporte documental donde se haga referencia al uso del lineamiento.

Por lo anterior, se hace necesario que se documente cómo se están dando instrucciones a los usuarios externos de Capital para la aplicación del Manual de uso de Marcas y Submarcas teniendo en cuenta que el posicionamiento y presencia de la marca Capital es uno de los objetivos de las alianzas suscritas por la entidad.



4. OBLIGACIONES DE VALENCIA PRODUCCIONES FX SAS

- a). Hacer uso de la marca de Canal Capital, como medio aliado.
- b). Incorporar la presencia de la marca Capital en la gala de premiación Smartfilms® con menciones que destaquen a Capital como canal aliado.
- c). Incorporar la presencia de la marca Capital en la página web de Smartfilms®.

Fuente: Acuerdo de colaboración Vigente: AC-007-2021 ENTRE VALENCIA PRODUCCIONES FX SAS Y CANAL CAPITAL.

El cubrimiento será en el escenario deportivo Estadio del Olaya, en el horario inicialmente programado: 1:00 p. m., y 3:00 p. m. El mismo puede cambiar, según la disponibilidad de la parrilla y el aporte del aliado será la alimentación de los equipos técnico y de producción, **así como presencia de marca en el Estadio.**

Fuente: Radicado interno 1356 de 2023. Respuesta Invitación transmisión Torneo de Fútbol del Olaya Amistad del Sur

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

En contraprestación, agradecemos contar con la presencia de marca en piezas digitales y *banners*, entre otros, en espacios físicos del teatro.

Fuente: Radicado interno 237 de 2024. Respuesta Invitación de acompañamiento Federación Colombiana de Karate Do

Adicionalmente, es importante que en otro tipo de contratos que suscriba el Canal dónde al tercero se le solicite el uso de la marca de Capital, se le indique que deben atender y aplicar lo definido en el MANUAL DE USO DE MARCAS Y SUBMARCAS.

11.1.8 ESTRATEGIA DE MARCA Y COMUNICACIONES TERRITORIO CAPITAL

Teniendo en cuenta los lineamientos del MANUAL PARA EL CONTROL DE DOCUMENTOS INSTITUCIONALES V6 la estrategia incumple con lo establecido en el numeral 3.7.11 Encabezado establecido de carácter obligatorio para todos los documentos que forman parte del Sistema de Gestión de Capital:

3.7.11 Encabezado (obligatorio): Los documentos institucionales ¹ deben contener en su encabezado ² :			
a) Logotipo o emblema oficial de Canal Capital (lado superior izquierdo) b) Nombre del documento c) Código del documento, como está registrado en el Listado Maestro de Documentos d) Versión: Nomenclatura de identificación asignado a los documentos para indicar el original o consecutivo de modificación de los mismos. e) Fecha: con formato dd-mm-aa ó dd/mm/aaaa. Corresponde a la fecha a partir de la cual da inicio el uso del documento en la versión registrada. ³ f) Responsable: área o proceso responsable que debe asegurarse que las versiones vigentes se encuentren actualizadas, disponibles y se estén utilizando. g) Escudo de Bogotá.			
Ejemplo:			
LOGOTIPO OFICIAL DE LA ENTIDAD	NOMBRE DEL DOCUMENTO	CÓDIGO:	ESCUDO DE BOGOTÁ
		VERSIÓN:	
		FECHA:	
		RESPONSABLE:	

Fuente: Manual para el control de documentos institucionales, pág. 7

Se evidencia fallas en el control de segunda línea de defensa (planeación) al no retroalimentar al proceso de Marca y Comunicaciones para que realizaran los ajustes al documento y aprobar para publicación en la intranet documentos que no cumplen con los criterios definidos por la misma área.

11.1.9 DOCUMENTOS NO FORMALIZADOS EN EL SISTEMA DE GESTIÓN RELACIONADOS CON EL SEGUIMIENTO DE LAS ALIANZAS

En la revisión adelantada a la gestión de alianzas en las que Capital aceptó su participación durante la vigencia 2023, se evidencio la existencia de documentos, herramientas y/o formatos que fueron usados por el área de Marca y Comunicaciones como soporte documental de la ejecución. En el repositorio compartido por el área se evidenció generalmente los siguientes documentos:

- Lista de chequeo en archivo Excel
- Ficha técnica ALIANZAS ESTRATÉGICAS
- Matriz de cubrimiento en archivo excel
- Balance en archivo Word
- Soporte fotográfico

Muestra de lo anterior se tiene el repositorio del evento BIME adelantado en el mes de mayo, el cual refleja lo siguiente:

Compartido conmigo > BIME / ACUERDO

1 seleccionados

Nombre	Propietario	Última modificación	Tamaño de a
0_CHECK LIST CARPETA BIME.xlsx	Mónica Moya González	9 oct 2023 Mónica Moya Go...	12 kB
2_FICHA_BIME.xlsx	Mónica Moya González	9 oct 2023 Mónica Moya Go...	46 kB
4_BIME_Acuerdo de Colaboración AC-004-2023CORPO...	Mónica Moya González	9 oct 2023 Mónica Moya Go...	619 kB
6_BIME MATRIZ CUBRIMIENTO.xlsx	Mónica Moya González	9 oct 2023 Mónica Moya Go...	10 kB
11_BIME_BALANCE_TABLA DE VALORACIÓN.docx	Mónica Moya González	9 oct 2023 Mónica Moya Go...	190 kB
12_MARCA EN BIME.pdf	Mónica Moya González	9 oct 2023 Mónica Moya Go...	275 kB

Fuente: Carpeta de repositorio de información del evento BIME https://drive.google.com/drive/folders/1qM7yAsvzU4Eh4cP_xBs6Lr-JS92ZgLBc

0_CHECK LIST CARPETA BIME .XLSX

Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda

100% Solo ver

A	B	C	D
CHECK LIST DOCUMENTACIÓN CARPETA			
#	ITEM	ESTADO	OBSERVACIONES
1	SOLICITUD	NO APLICA	llega desde asesoría Gerencia
2	FICHA	OK	
3	RESPUESTA	NO APLICA	
4	CONVENIO / ACUERDO	OK	
5	BRIEF	NO APLICA	
6	MATRIZ DE ACCIONES	OK	
7	MATRIZ TRANSMISIONES	NO APLICA	
8	SOLICITUD TRANSMISIÓN	NO APLICA	
9	LISTADO ACREDITACIONES	NO APLICA	
10	MONETIZACIÓN	NO APLICA	
11	INFORME AUDIENCIAS	NO APLICA	
12	BALANCE	OK	Alianza con el puntaje más bajo
13	EVIDENCIAS marca	OK	

Fuente: Archivo 0_Chekc list: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1w1O-kbvRGjFv9_xOL4uQyQeNyUSNh_5f/edit#gid=1594314065

Capital		FICHA TÉCNICA ALIANZAS ESTRATÉGICAS		
FECHA	Fecha inicial	24 /04/ 2023	Fecha final	30 /05 / 2023
DATOS GENERALES				
Nombre de aliado:	10 MUSIC			
Evento/actividad:	BIME			
Fecha de evento:	3-7 MAYO			
Tipo de vinculación	Acuerdo de Colaboración			
Página web:	https://bime.org/			
Área encargada (por donde ingresa)	Gerencia			
Supervisión - apoyos:	Edgardo Paz			
Figura de Capital:	Medio oficial			
ALCANCE DE ALIANZA				
Alto (Presencia en territorio, cubrimiento sistémico, despliegue marcario)		Medio (Público de nicho o específicos, presencia de algunas plataformas o submarcas)		Bajo (Acompañamiento en redes y/o mediático)
				x
<div> <div>INTERNO</div> <div>EXTERNO</div> </div>				

Fuente: 2_Ficha_BIME:
https://docs.google.com/spreadsheets/d/1oVLg_eTMssukkPXlhPGbhQWIWZKsQMcoQ/edit#gid=715145664

Se evidencian fallas en el sistema de gestión del área de Marca y Comunicaciones, por el uso de constante de herramientas no formalizadas y sin ajustar conforme a los parámetros de las políticas internas de gestión de Capital. Estas deben volverse un Formato del Sistema de Gestión de Capital, teniendo en cuenta que de conformidad con los lineamientos interno un formato es:

3.6.8 Formato: Soporte que registra datos de manera estandarizada que, por lo general, contiene información fija escrita y espacio para información variable. El formato se convierte en registro documental una vez se anota en el mismo la información variable en los respectivos espacios.



Fuente: MANUAL PARA EL CONTROL DE DOCUMENTOS INSTITUCIONALES V6, pág. 5

Teniendo en cuenta que de conformidad con la reasignación de funciones realizadas por la Gerencia General para la vigencia 2024, el área de Ventas y Mercadeo asumirá la gestión de alianzas, debe revisar si continuará usando estas herramientas y de ser así solicitar su inclusión y formalización en el sistema de gestión del proceso.

11.1.10 Análisis de la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre los documentos evaluados en numeral 11.1 / Análisis OCI:

A través del memorando 332 de 2024 se dio respuesta a cada una de las debilidades encontradas en los documentos evaluados durante la auditoría, a continuación, se describe sí se mantiene o retira la observación para cada uno de los documentos:



- 1. INSTRUCTIVO DE REDACCIÓN Y ESTILO PARA LA INTRANET V3 de 2018 y MANUAL DE USO DIGITAL V1 de 2019:** De conformidad con la respuesta al informe preliminar el área de Marca y Comunicaciones evaluará la pertinencia de eliminar el primer documento y de trasladar el segundo al área de Programación, por lo tanto, **se mantiene** la observación para que se establezca la acción de mejora en el plan de mejoramiento.
- 2. CARACTERIZACIÓN DEL PROCESO MARCA Y COMUNICACIONES EGCM-CR-001 V7 de 2018:** De conformidad con la respuesta al informe preliminar este documento será revisado y

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

ajustado teniendo en cuenta los cambios realizados al área por la actual administración, por lo tanto, **se mantiene** la observación para que se establezca la acción de mejora en el plan de mejoramiento.

3. **PROCEDIMIENTO ADMINISTRACIÓN DE MEDIOS Y CANALES INTERNOS EGCM-PD-004 V5 de 2022:** De conformidad con la respuesta al informe preliminar este documento será revisado y ajustado teniendo en cuenta los cambios realizados al área por la actual administración, y los ajustes remitidos por el área de Planeación, por lo tanto, **se mantiene** la observación para que se establezca la acción de mejora en el plan de mejoramiento.
4. **PROCEDIMIENTO GESTIÓN DE COMUNICACIÓN EXTERNA EGCM-PD-005 V5:** De conformidad con la respuesta al informe preliminar este documento será revisado y ajustado teniendo en cuenta los cambios realizados al área por la actual administración, y los ajustes remitidos por el área de Planeación, por lo tanto, **se mantiene** la observación para que se establezca la acción de mejora en el plan de mejoramiento.
5. **ESTRATEGIA DE MARCA Y COMUNICACIONES TERRITORIO CAPITAL:** Frente a este documento No se da respuesta a lo observado en el informe preliminar, pues se indica que “La estrategia está documentada y codificada en la intranet”, en el informe preliminar se evidencio que el documento No tiene el encabezado exigido en el MANUAL PARA EL CONTROL DE DOCUMENTOS INSTITUCIONALES V6 incumpliendo con lo establecido en el numeral 3.7.11 Encabezado, por lo tanto, **se mantiene** la observación para que se establezca la acción de correctiva en el plan de mejoramiento.
6. **MANUAL DE USO DE MARCAS Y SUBMARCAS EGCM-MN-003 V1 de 2023:** Frente a este documento No se da respuesta a todo lo observado en el informe preliminar pues se indica que “...Dicho manual se construyó en colaboración con las áreas dueñas de sus marcas y el equipo creativo In House del Sistema. Este manual está documentado y codificado en la intranet”, en el informe preliminar se evidenció que: El Manual no indica cuales es el objetivo, ni el alcance del mismo, no se indica quiénes, y cuándo deberán usar los diferentes logos que aparecen en el lineamiento, por ejemplo, para el uso administrativo no es claro cuáles son los logos que se deben utilizar en los documentos del sistema de Gestión de Capital frente a estas debilidades no se remitió ninguna respuesta, adicionalmente, teniendo en cuenta los cambios de colaboradores que se han dado debido al cambio de administración es necesario realizar socialización y divulgación del lineamiento, en otros espacios adicionales a su publicación en la intranet y el boletín interno, por lo tanto, **se mantiene** la observación para que se establezca la acción de mejora en el plan de mejoramiento.

Frente a lo observado de que falta una mayor socialización del Manual a los Aliados de Capital, se indicó en respuesta al informe preliminar que: *“El Manual de uso de marca y submarcas, así como el Protocolo de Alianzas Estratégicas se comparte a los aliados a través de correo electrónico cuando es necesario, durante del proceso de acuerdo. Puesto que ambos están incorporados en el proceder de la gestión, los actuales aliados ya cuentan con esta documentación y se les ha indicado aspectos generales sobre su uso. En otros casos en que el trabajo conjunto con Capital es recurrente o viene de años anteriores, pero no se encuentra vigente una alianza, la socialización se viene haciendo al iniciar el relacionamiento. A continuación, se evidencian comunicaciones que dan cuenta de esta”,* se remitieron 3 pantallazos de correos electrónicos enviados por el área de Marca y Comunicaciones a aliados, sin embargo, sólo en uno de los pantallazos se puede evidenciar que se remitió el protocolo de alianzas donde viene vinculado el Manual de Uso de Marcas y Submarcas, teniendo en cuenta que para el periodo evaluado se realizaron al menos 50 alianzas, el soporte remitido no es una evidencia suficiente para indicar que el Manual es compartido a los aliados más aún cuando se les está solicitando de manera permanente como una contraprestación la *“Presencia de marca en piezas digitales y banners, entre otros, en espacios físicos del campus”* y el uso de la marca debería hacerse de conformidad a lo contemplado en el Manual. Teniendo en cuenta que el día 24/05/2024 se solicitó a los responsables remitir más evidencias de la socialización del Manual y no se recibió respuesta adicional la observación **se mantiene**.


	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

- 7. DOCUMENTOS NO FORMALIZADOS EN EL SISTEMA DE GESTIÓN RELACIONADOS CON EL SEGUIMIENTO DE LAS ALIANZAS:** Frente a este documento se da respuesta de manera parcial a lo observado en el informe preliminar, pues se indica que *"Alianzas Estratégicas cuenta con la Ficha de Control para Alianzas Estratégicas y con Protocolo de Alianzas Estratégicas (...)"* en el informe preliminar se evidenció que documentos como: La lista de chequeo y la matriz de cubrimiento son formatos sin estandarizar usados de manera constante cuando se suscribe una alianza, por lo que es pertinente que de conformidad con los lineamientos de la Gerencia y los responsables que esta asigne para realizar las actividades relacionadas las alianzas, se analice si se requiere su inclusión en el Sistema de Gestión de la entidad.

Frente al archivo "Ficha de control para las alianzas estratégicas" se evidencia en respuesta al informe preliminar de auditoría que este sí está formalizado y codificado en el sistema de gestión de capital:



	FICHA TÉCNICA ALIANZAS ESTRATÉGICAS		CÓDIGO: EGCM-FT-010 VERSIÓN: 1 FECHA DE APROBACIÓN: 24/07/2023 RESPONSABLE: PRENSA Y COMUNICACIONES	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
FECHA	Fecha inicial	Fecha final		
DATOS GENERALES				
Nombre de aliado:				
Evento/actividad:				
Fecha de evento:				
Tipo de vinculación				
Página web:				
Área encargada (por donde ingresa la alianza):				
Supervisión - apoyos:				
Figura de Capital:				

Sin embargo, en el expediente digital de las alianzas no se está utilizando el formato codificado, por lo que los responsables deben usar el formato aprobado en la conformación de los expedientes:

Z_FICHA_GABO .xlsx										
Archivo Editar Ver Insertar Formato Datos Herramientas Ayuda										
100% Solo ver										
FUN		FICHA TÉCNICA ALIANZAS ESTRATÉGICAS								
FECHA	Fecha inicial	01 / 05 / 2023	Fecha final	30 / 08 / 2023						
DATOS GENERALES										
Nombre de aliado:	FUNDACIÓN GABO									
Evento/actividad:	FESTIVAL GABO									
Fecha de evento:	30 JUNIO AL 2 JULIO									
Tipo de vinculación	Acuerdo de Colaboración									
Página web:	https://festivalgabo.com/									
Área encargada (por donde ingresa la alianza):	Marca y Comunicaciones									
Supervisión - apoyos:	Mónica Moya / Edgardo Paz									
Figura de Capital:	Medio oficial									
ALCANCE DE ALIANZA										
Alto (Presencia en territorio, cubrimiento sistémico, despliegue marcarío)	x	Medio (Público de nicho o específicos, presencia de algunas plataformas o submarcas)	Bajo (Acompañamiento en redes y/o mediático)							

Fuente: <https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qaZI3XB7pAoyAfsX5gPdy83xU4392aKJ/edit#gid=715145664>



Por lo anterior, **se mantiene** la observación para que los responsables asignados por la Gerente de realizar seguimiento a las alianzas analicen si es pertinente seguir utilizando los archivos mencionados, si se requieren ajustes a los mismos y si se debe realizar la formalización de los formatos en el sistema de Gestión de capital.

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

Teniendo en cuenta que para los siete (7) ítems nombrados anteriormente, se evidencian debilidades en los documentos del proceso de Gestión de Marca y Comunicaciones, se agruparon las observaciones 1 y 2 presentadas en el informe preliminar en una sola (identificada en el numeral 12 como **OBSERVACIÓN 1**)

8. Frente al literal A. de la observación 3 presentada en el informe preliminar: Debilidades en la verificación y aprobación de documentos por parte de la segunda línea de defensa (Planeación) al aprobar documentos que no cumplen con lo establecido en los lineamientos internos de Capital, se responde por el área de Planeación que *"(...) como consecuencia de los cambios en el área implementados por la actual Gerencia, se revisará nuevamente con el área técnica, si en alguna de las etapas aplican salidas. Teniendo en cuenta las observaciones, el área de Planeación revisará y actualizará el procedimiento EPLE-PD-009. CONTROL DE DOCUMENTOS y el documento "EPLE-MN-002 MANUAL PARA EL CONTROL DE DOCUMENTOS INSTITUCIONALES (...)", por lo anterior, se mantiene el literal A.* (identificada en el numeral 12 como **OBSERVACIÓN 2**), teniendo en cuenta que ya se identificaron las posibles acciones de mejora para atender las debilidades encontradas.
9. **MANUAL DE COMUNICACIÓN PARA LA CRISIS EGCM-MN-001 V5:** De conformidad con la respuesta al informe preliminar remitida a través del memorando 413 de 2024 se indica que para la actualización de este documento participaron varias áreas trasversales de Capital *"(...) Este ejercicio se lideró desde la dirección por su carácter estratégico. La entonces área de Prensa y Comunicaciones inició un trabajo de revisión y diagnóstico con las diferentes áreas transversales del Canal. En este enlace se evidencia dicho ejercicio y la categorización final. Este trabajo se hizo con la gerente y culminó con su aprobación, tal y como se muestra a continuación, con los pantallazos de correo y de la citación para su revisión (...)"*. Los pantallazos remitidos demuestran que la Gerente participó en la elaboración del documento, así como algunos asesores de Gerencia, sin embargo, no se remitieron soportes que permitieran evidenciar que las áreas citadas en el informe preliminar como: Sistemas, Técnica, Digital y Contratación cuyo conocimiento técnico se requiere para identificar las posibles situaciones de crisis participaran en la actualización del documento.

Se solicitó al área de Marca y comunicaciones el día 24 de mayo de 2024 a través del correo electrónico, remitir soportes adicionales que permitieran evidenciar cuáles áreas transversales participaron en la elaboración del documento, a lo cual se respondió con el enlace a una matriz de Excel dónde se evidencia una distribución por áreas indicando posibles situaciones de crisis:

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

Control interno		Un informe o comunicado inconveniente de un ente de control o una falta de información requerida por ellos.		Control
	Comunicado con anuncio	Apertura de investigaciones disciplinarias por situaciones puntuales que pueden ser de mucho interés.		Control
Ciudadanía, cultura y educación		Polémica por contenidos que se exhiban sobre adolescentes, sexualidad, ciudadanía...		Contenidos
		Percepciones negativas en el sector audiovisual (es un sector organizado y conectado en donde el voz a voz viaja rápido).		Relacionamiento con grupos de interés
	Mal manejo de las convocatorias públicas.			Grupos de interés
Poblaciones		Críticas por compra de contenidos.		corrupción
	Activación de control político por grupos étnicos con cercanía los concejales.			Control político
		Insatisfacción con resultados de convocatorias.		Relacionamiento con grupos de interés
		Falta de accesibilidad e inclusión en los contenidos de Capital.		Interno
Digital			Dificultades en concertación de planes con grupos poblaciones.	Relacionamiento con grupos de interés
		Uso inadecuado de alguna red social institucional por confusión de perfiles o por contenidos inadecuados.		Interno
			Percepción de comité de aplausos por dar mucho espacio a los contenidos de la administración.	Contenidos
Operativa			Crecimiento de crisis por la falta de claridad y/o recibir orientaciones en contravía de las buenas prácticas digitales.	Interno
		Ruido político por tercerización de noticiero u otras producciones.		Control
	Salida masiva de personas o de roles sensibles por el cambio de contratación.			Interno
		Críticas a contratación de trabajadores por proyectos.		Interno
	Baja en audiencias de Capital y de la televisión pública (se acaba la TV pública).			Externo
	Inconvenientes con los proveedores de servicios conductores			

Fuente: https://docs.google.com/spreadsheets/d/1UquGKz5Bd3731kFAoCsaEIO5s_Qi2EZWEL893XW7Y_o/edit#gid=286015176

Sin embargo, sea lo primero decir que a la Oficina de Control Interno no fue consultada para identificar posibles situaciones de crisis durante la vigencia 2023, y no se remitieron soportes de qué líderes o cuáles colaboradores participaron en la actualización del documento cómo se indica en el informe preliminar de auditoría, dónde áreas como: Técnica, Sistemas y Digital indicaron que No fueron consultadas, ni participaron en la elaboración del documento, por lo tanto, la observación **se mantiene**, y se recomienda la revisión del lineamiento se realice según como lo indica el numeral 14 del mismo:



14

ACTUALIZACIÓN DE LA AUDITORÍA Y MANUAL

El ejercicio de identificar las posibles situaciones o escenarios de riesgo de crisis de comunicación con las diferentes áreas y líderes de procesos debe ser adelantado dos veces por año y se debe actualizar el presente manual en consecuencia..

Fuente: <http://intranet.canalcapital.gov.co/intranet/docdowncc/DocSistema/2023/Manual/EGCM-MN-001%20MANUAL%20DE%20COMUNICACION%20PARA%20LA%20CRISIS..pdf>

Frente a lo observado de que falta una mayor socialización del documento a los colaboradores de Capital se indico en respuesta al informe preliminar que: el Manual se compartió en el boletín #48 y se expuso en comité Directivo, sin embargo, cómo se evidencia en el informe preliminar de auditoría falta una mayor socialización y divulgación del mismo, puede ser realizando mesas de trabajo con las

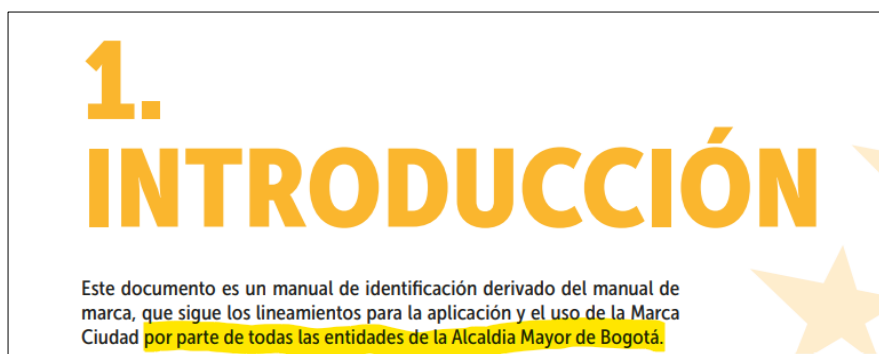
	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

áreas que deben alertar si se materializa una situación de crisis, teniendo en cuenta que estas áreas manifestaron no haber recibido capacitación sobre el lineamiento, por lo tanto, la observación **se mantiene**.

11.2 LINEAMIENTO DISTRITAL “MANUAL DE USO DE MARCA CIUDAD BOGOTÁ”

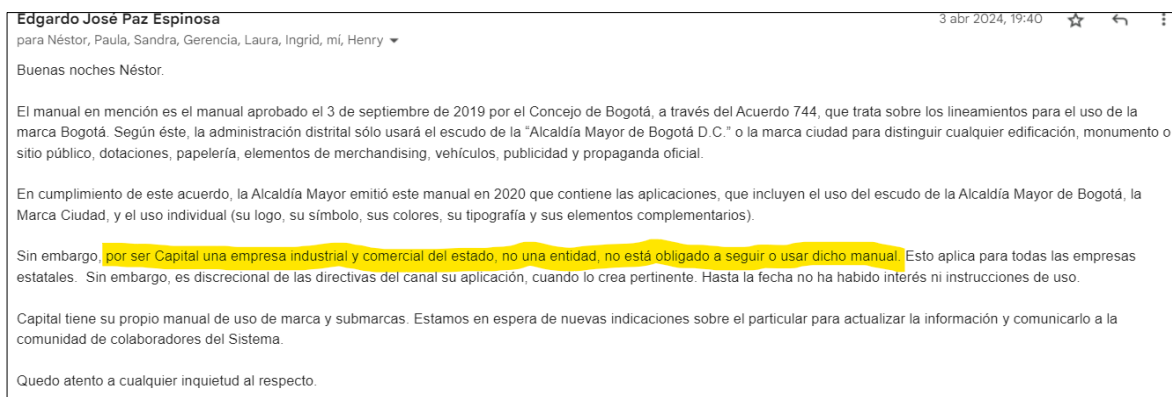
- **Debilidades:**

En el marco del Acuerdo 744 de 2019 “*Por medio del cual se dictan los lineamientos para el uso de la marca ciudad “Bogotá” y se dictan otras disposiciones*” en Mayo de 2023 a través de la Oficina de Consejería de Comunicaciones de la Alcaldía de Bogotá se expidió el Manual de uso de marca ciudad “Bogotá”, lineamiento que debe ser aplicado por parte de todas las entidades de la Alcaldía Mayor de Bogotá, Capital al ser una entidad del sector descentralizado vinculada a la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, está en obligación de aplicar lo dispuesto en el Manual, no se indicaron excepciones para empresas industriales y comerciales del estado:





Fuente: Manual de uso de marca ciudad Bogotá, pág. 3

De conformidad con lo anterior se procedió a verificar como desde el área de Marca y Comunicaciones se ha dado instrucciones frente al uso del Manual en Capital, en respuesta se indica por el profesional especializado de Marca y Comunicaciones: “... por ser Capital una empresa industrial y comercial del estado, no está obligado a seguir o usar dicho manual”:



Fuente: solicitud de información – correo electrónico del 03/04/2024

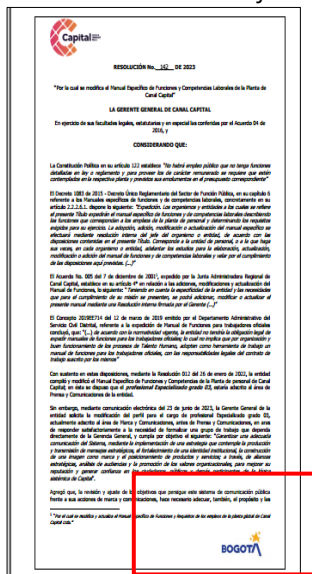
Frente a la respuesta del área es preciso aclarar cómo se indicó anteriormente que Capital al ser una empresa industrial y comercial del Estado en una entidad pública descentralizada vinculada a la Secretaría de Cultura, Recreación y Deporte, por lo tanto, deben emitirse lineamientos al interior de Capital de cómo se hará la

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

implementación del Manual de uso de marca ciudad Bogotá *"para distinguir cualquier edificación, monumento o sitio público, dotaciones, **papelería, elementos de merchandising, vehículos, publicidad y propaganda oficial**"*¹ (Negrilla fuera de texto), aunando a lo anterior Capital sí hace uso de la marca Bogotá en varios espacios como se muestra a continuación:





Fuente: Pendones ubicados en la sala de juntas Sede Calle 69



Fuente: Resolución interna 142 de 2023

¹ Intriducción del Manual de uso de marca ciudad Bogotá, pág. 3

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

Como se evidencia, la marca se está usando por diferentes áreas sin recibir orientación al respecto.

Es importante señalar que el Manual establece lineamientos mínimos para la papelería institucional, comunicados de prensa y vehículos entre otros indicando que deben llevar siempre el escudo de Alcaldía Mayor de Bogotá D.C:

CONSIDERACIONES GENERALES:

El escudo de Alcaldía Mayor de Bogotá es una imagen institucional que ha estado presente en muy diversas piezas comunicativas y lugares. Desde las fachadas de las entidades públicas hasta las comunicaciones a la ciudadanía en donde se les informa de avances de la Administración o campañas que invitan a mejorar la convivencia. De otro lado, el logotipo de Marca Ciudad se ha utilizado hasta ahora únicamente con el propósito de mostrar la ciudad desde el punto de vista turístico, para que visitantes, tanto colombianos como extranjeros, identifiquen que es una comunicación de su interés.

Tomando en consideración estos dos hechos, es importante seleccionar muy bien cuáles son las piezas y aplicaciones que ameritan llevar el escudo de Bogotá y/o tener el logo de Marca Ciudad:

- Primera consideración: Todas las piezas y aplicaciones netamente institucionales, por ejemplo, la papelería, comunicados de prensa, avisos de fachadas, vehículos y dotaciones, entre otros, **DEBEN LLEVAR SIEMPRE** el escudo de Alcaldía Mayor de Bogotá D.C.
- Segunda consideración: La imagen de Marca Ciudad "BOGOTÁ" es más cercana, por lo tanto, se considera la posibilidad de que siempre acompañe el escudo de Bogotá en las piezas y aplicaciones que tienen que ver con comunicación pública como, avisos de paraderos, comerciales, piezas de redes o elementos de identificación del Distrito.
- Así mismo, se puede contemplar la experiencia que tendrá el ciudadano en relación con la entidad o la pieza que tenga el escudo o el logo. Si la experiencia puede llegar a ser difícil o negativa, podría considerarse no incluir la Marca Ciudad, ya que esta imagen está asociada siempre a aspectos positivos de Bogotá.

Fuente: Manual de uso de marca ciudad Bogotá, pág. 80




Por lo que se evidencia que en Capital se incumple el lineamiento puesto que no todos los documentos institucionales tienen el escudo de Bogotá, y se evidencian comunicados de prensa y los vehículos utilizados por Capital sin el uso del escudo:


Para la realización de este debate **AHORITA VOTE**, como además, con el apoyo del Consejo Distrital de Paz, Reconciliación, Convivencia y Transformación de Conflictos (Viva la Ciudadanía – MOE), la Asamblea Ciudadana Itinerante de Bogotá (Exstituto de Política Abierta) y la Universitaria Agustiniiana. El debate, que está programado para durar dos horas y contará con la participación de los estudiantes, se transmitirá desde el Aula Máxima Luis Córdoba Mariño, de la Universidad Jorge Tadeo Lozano.

En **AHORITA VOTE** puede acceder a toda la información, los datos, las entrevistas y las noticias, relacionadas con las elecciones locales que tendrán lugar el próximo 29 de octubre.

Más en **@CanalCapital** en **Facebook**, **Twitter**, **Instagram** y **TikTok**. También como **@CapitalAhora** en **Instagram**, **Twitter**, **Facebook** y **Threads**.

· Luisa Fernanda Montero-
Jefe de prensa
luisa.montero@canalcapital.gov.co
Cel: (57) 318 579 3361









Copyright © En cumplimiento del Régimen General de Protección de Datos, el presente formulario, autorizado de manera voluntaria, expresa, expresa e informada a Canal Capital identificada con NIT 830 012 307-4 y dirección electrónica canalcapital@canalcapital.gov.co en calidad de RESPONSABLE, para tratar sus datos personales de acuerdo con su Política de Tratamiento de Datos Personales, que puede conocer en el siguiente enlace www.canalcapital.gov.co/privacidad
Si desea cancelar su suscripción por favor haga [clic aquí](#)

Fuente: Comunicado de Prensa - Debate Candidatos Alcaldía Mayor 09/10/2023

Si este documento se encuentra impreso no se garantiza su vigencia, por lo tanto es copia No Controlada. La versión vigente reposará en la intranet institucional. Verificar su vigencia en el listado maestro de documentos.

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

De igual manera en el Manual se establecen otros momentos donde la marca Bogotá debe acompañar diferentes eventos que se realizan en la ciudad y que son transmitidos por Capital, por ejemplo: Rock al parque.



Fuente: Manual de uso de marca ciudad Bogotá, pág. 38

Por lo que es importante que se revise por parte del área de Marca y Comunicación la aplicación del lineamiento al interior de la entidad, y se indique a las diferentes áreas cómo debe ser su aplicabilidad y evitar los incumplimientos que actualmente se están presentando.



11.2.1 Análisis de la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre el Manual de uso marca ciudad Bogotá

En respuesta al informe preliminar se indicó: *"Por ser Capital una empresa industrial y comercial del estado no está obligada a seguir el Manual de uso de marca ciudad Bogotá en lo que respecta a tener independencia e identidad marcaria. La ley 2345 del 30 de diciembre de 2023 "Por medio de la cual se implementa el manual de identidad visual de las entidades estatales, se prohíben las marcas de gobierno y se establecen medidas para la austeridad en la publicidad estatal", en el parágrafo del artículo 2, exime a las empresas industriales y comerciales del estado de esa obligatoriedad. Así mismo, la Alta Consejería de las Comunicaciones de la Alcaldía Mayor y sus consejeros, han dejado claro este lineamiento para las EICE del Distrito.*

Sin embargo, este Manual sí se aplica cuando se requiere que la marca Bogotá esté presente en alguna pieza comunicativa, ya sea porque la Alcaldía Mayor es aliada o cliente, o porque la contratación de la campaña está enmarcada con directrices específicas para uso. El área creativa In House (autopromos) de Capital es la encargada de realizar estas incorporaciones.

En este sentido, si bien no hay incumplimiento en el uso y aplicación por parte del Canal del Manual de uso de Marca Ciudad, con apoyo de la oficina de planeación se revisará en cuál de los procedimientos documentados cabe dejar claridad sobre las mencionadas circunstancias en que sí se aplica"

Frente a la respuesta si bien la Ley 2345 de 2023 exime a las empresas industriales y comerciales del estado de usar marcas de gobierno, el Manual de marca ciudad Bogotá que se expidió en la vigencia 2022 no exime a las empresas industriales y comerciales de usar la marca Bogotá, más aún cuando Capital sí hace uso de esta marca en sus documentos institucionales, pendones, documentos que se remiten a externos etc. Sin embargo, no hay lineamientos internos de cómo, cuándo y en qué casos se debe usar la marca Bogotá, por lo

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

tanto, la observación **se mantiene** y teniendo en cuenta que se evidenciaron debilidades en el uso y socialización de tres manuales se compilo en una sola observación identificada en el numeral 12 como **Observación 3**.

11.3 RIESGOS DEL PROCESO

- **Aspectos positivos:**
 - ✓ El proceso adelantó la identificación y actualización de riesgos de gestión y corrupción para las vigencias 2023 y 2024.
- **Debilidades:**
 - Para los riesgos identificados, los controles y actividades de control se evidenciaron los siguientes aspectos por mejorar:

11.3.1 RIESGO DE GESTIÓN IDENTIFICADO PARA LAS VIGENCIAS 2023 Y 2024

- **Identificación del riesgo:** Para las vigencias 2023 y 2024 el proceso ha identificado un mismo riesgo de gestión, el cual es el siguiente: *"posibilidad de divulgación de contenidos con información errada debido a que se recibe a destiempo, con información incompleta o errada por parte del área solicitante, o por desatención al flujo de revisión por parte de comunicaciones"*

Frente a la identificación del riesgo se evidencian la siguiente debilidad:

1. De conformidad con el objetivo del proceso, y la Política de comunicaciones de Capital; donde el área de comunicaciones debe velar porque no se publiquen contenidos discriminatorios, ofensivos o no tengan un enfoque de derechos humanos, el riesgo identificado debe abarcar esa estrategia institucional y no solo mitigar la divulgación de contenidos con información "errada", se recomienda que el riesgo incluya, por ejemplo:

Posibilidad de divulgación de contenidos con información errada o que no cumpla con los criterios de información descritos en la política de Comunicaciones de Capital, de este modo el riesgo es más amplio y le apunta al cumplimiento de objetivos del proceso e institucionales.



- **Control identificado:** Para el periodo del 01/09/2023 al 31/08/2024 el control definido por el proceso es: "el profesional especializado da cumplimiento a la ruta de trabajo de comunicaciones para revisión de contenidos y establece tiempos para la aplicación de la misma" (Negrilla fuera de texto)

Evaluación de controles									
Descripción del control			Análisis y evaluación de controles						
Responsable	Acción	Complemento	Tipo de control aplicado	% Control	Implementación	% Implementación	Documentación	Frecuencia	Evidencia
El profesional especializado de Comunicaciones	da cumplimiento a la ruta de flujo de trabajo de comunicaciones para revisión de contenidos	y establece tiempos claros para la aplicación de la misma.	Preventivo	25%	Automático	25%	Documentado	Continua	Con registro

Fuente: Mapa de riesgo de gestión vigente del proceso de Gestión de Marca y Comunicaciones

Frente a este control se evidencian las siguientes debilidades:

1. En el análisis y evaluación del control se reporta que el control está documentado, pero como se indicó en los numerales [11.1.3](#) y [11.1.4](#), documentalmente no se tiene identificado, ni en los procedimientos ni en ningún otro lineamiento vigente del proceso, cuáles son los tiempos mínimos con los que el área solicitante debe remitir las piezas de comunicación internas o externas para revisión, ajustes y elaboración por parte

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

del área de Marca y Comunicaciones; de igual manera no se tiene registro de los flujos de aprobación de conformidad a como están definidos en los lineamientos actuales por lo que la evaluación del control es incorrecta debería indicarse que está “sin documentar” y “sin registro”.

Adicionalmente, en el plan de manejo de riesgos se establece como actividad de control # 2 “*Incluir la descripción de la ruta de revisión de contenido a publicar en alguno de los documentos del área de Comunicaciones*”, por lo que se ratifica que el control No está documentado como se indica que en la matriz.

2. El complemento identificado no reduce o mitiga la totalidad del riesgo puesto que se enfoca únicamente en el “destiempo”, y entendiendo que este se define como: “*corresponde a los detalles que permiten identificar claramente el objeto del control*”², es decir, el complemento debe especificar cómo el profesional especializado ejecuta el control, por ejemplo:

Tabla 2. Ejemplo de redactar el control del riesgo de gestión del proceso

Responsable	Acción	Propuesta de Complemento
Identifica el cargo del servidor que ejecuta el control	Se determina mediante verbos que indican la acción que deben realizar como parte del control	Corresponde a los detalles que permiten identificar claramente el objeto del control.
El profesional Especializado de Comunicaciones	Da cumplimiento a la ruta de flujo de trabajo de comunicaciones para revisión de contenidos y establece tiempos claros para la aplicación de la misma	Realiza una verificación de la información remitida por el área solicitante analizando si la información es clara, está bien redactada, usa lenguaje claro, no es discriminatoria; verifica que se cuente con el tiempo suficiente para la elaboración de la pieza de comunicación, y remite sus observaciones o da su visto bueno al área solicitante a través del correo electrónico.

Es importante que se tengan en cuenta las recomendaciones que remite la Oficina de Control Interno en los informes de seguimiento a la gestión de riesgo, en el informe remitido a los líderes de proceso el 22 de diciembre de 2023 a través del radicado interno 1218 de 2023 se había alertado acerca de que las acciones formuladas en el plan de tratamiento de riesgos de gestión no se estaban realizando de conformidad a lo formulado, por lo tanto, se evidencia que no se atendieron las recomendaciones emitidas por esta oficina y se reiteran las debilidades evidenciadas en el informe referenciado.

11.3.2 RIESGO DE CORRUPCIÓN IDENTIFICADO PARA LAS VIGENCIAS 2023 Y 2024

- **Identificación del riesgo:** Para las vigencias 2023 y 2024 el proceso ha identificado un mismo riesgo de corrupción, el cual es el siguiente: “*Difusión intencional de información sin los controles necesarios de manera innecesaria, malintencionada, poco veraz o sesgada atendiendo a intereses particulares internos o externos*”

El riesgo identificado apunta al objetivo estratégico del proceso y tiene relación con una actividad de corrupción en tareas propias que este ejecuta. Sin embargo, se recomienda revisar su redacción, ya que, resultan redundante las palabras necesario e innecesaria.

- **Control identificado:** Para el periodo del 01/01/2024 al 31/12/2024 el control definido por el proceso es: “*el profesional especializado aplica una ruta de revisión del contenido a publicar o difundir*”

² Definición tomada de la Guía para la administración del riesgo y el diseño de controles en entidades públicas V6 pág. 45

Evaluación de controles							
Descripción del control				Ponderación puntos (%)	Tipo de control aplicado	Análisis y evaluación de controles	
Responsable	Acción	Complemento				Implementación	Documentación
El profesional especializado de Comunicaciones.	Aplica una ruta de revisión del contenido a publicar o difundir.	Se realiza una verificación continua de la información a publicar que permite identificar cualquier tipo de desviación o diferencia.		100%	Preventivo	Manual	Documentado
							Continua
							Con registro

Frente a este control se evidencian las siguientes debilidades:

1. La acción definida no es clara y precisa. Al indicar “una ruta” puede ser cualquiera que se le ocurra al profesional especializado de Marca y Comunicaciones, debe especificarse cuál es la ruta de revisión y en dónde está documentada, ya que, se indica en la evaluación del control que el mismo está documentado.
2. Como parte del complemento se recomienda indicar claramente cómo y dónde queda registro del control, ya que, se indica que el control tiene registro u evidencia.



Por lo anterior, es importante realizar una revisión de la calificación de controles de manera conjunta con el área de Planeación, ya que el control identificado no cumple con todos los criterios de evaluación de controles que pueden generar que el control no mitigue la materialización del riesgo identificado. Así mismo se debe revisar la redacción ya que no cumple con los lineamientos señalados en el Manual Metodológico para la Administración del Riesgo de Capital.

- **Plan de manejo de riesgos:** La actividad #2 de del plan es: “Incluir la descripción de la ruta de revisión de contenido a publicar en la Política de Comunicaciones”, lo anterior no es acorde con el control identificado, ya que, se indica que el control está documentado y como actividad se está proponiendo documentarlo. Adicionalmente se recomienda que este tipo de controles estén documentados por ejemplo en los procedimientos del área y no en la política de comunicaciones ya que está en un lineamiento de nivel institucional y estos puntos de control puede incluirse en otros documentos más apropiados.

11.3.3 RIESGO MATERIALIZADO NO IDENTIFICADO EN EL MAPA DE RIESGOS DE GESTIÓN DE CAPITAL

De conformidad con la mesa de trabajo llevada a cabo con el proceso el día 29/02/2024, se informó que durante la vigencia 2023 el proceso estuvo al frente de 4 temas: Audiencias, Inhouse, Prensa y Comunicaciones y Alianzas Estratégicas, como se muestra en el gráfico a continuación:



	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

Fuente: Presentación área Marca y Comunicaciones

Bajo esta estructura el área de Marca y Comunicaciones asumió funciones que estaban bajo el liderazgo de otras áreas, descritas a continuación:

Medición de audiencias: La medición de audiencias estaba a cargo del proceso de Diseño y Ejecución de la Estrategia de Circulación de Contenidos, para ejecutar esta función se tenían estructurados los siguientes lineamientos:

- PROTOCOLO DE MEDICION DE AUDIENCIAS
- PROTOCOLO DE GESTIÓN DE AUDIENCIAS
- GUÍA PARA EL INFORME MENSUAL DE AUDIENCIAS

Autopromociones: El diseño y producción de piezas de autopromoción estaba a cargo del proceso de Producción de Contenidos para ejecutar esta función se tenía el procedimiento:

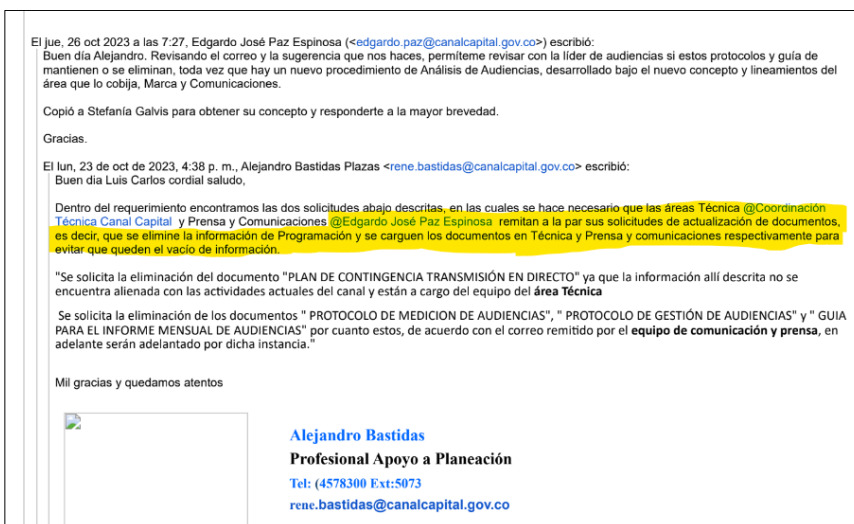
- PROCEDIMIENTO AUTOPROMOCIONES

Los anteriores cambios implicaron que los líderes de las áreas de Programación y Producción solicitaran a Planeación la eliminación de los cuatro documentos nombrados anteriormente del sistema de Gestión de Capital, ya que, debían ser trasladados al área de Marca y Comunicaciones.



La información relacionada con autopromociones se eliminó de conformidad con el listado maestro de documentos el día 04/07/2023 y la de audiencias se eliminó el día 18/12/2023, desde estas fechas se materializó un riesgo que no se encuentra identificado en el mapa de riesgos de gestión institucional, ya que, existe un vacío de información en Capital, las actividades se están ejecutando sin que documentalmente tengan un responsable, se indique como se realizan las actividades y así mismo tengan identificados puntos de control.

El profesional especializado del área de Marca y Comunicaciones debió revisar y ajustar los documentos, y solicitar su pronta inclusión de los lineamientos en el Sistema de Gestión de Capital y así evitar el vacío de información que se sigue presentando a la fecha.

Adicionalmente, desde el área de Planeación se alertó del posible riesgo de vacío de información institucional del tema de audiencias el 23/10/2023, sin embargo, desde la segunda línea no se ha realizado seguimiento al riesgo materializado, teniendo en cuenta tenían conocimiento de la eliminación de la información y de que el área de Marca y Comunicaciones no solicitó la inclusión de los lineamientos en su proceso.



Fuente: Trazabilidad correo Solicitud modificación PROCEDIMIENTO GESTIÓN DE LA PROGRAMACIÓN

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	



Atendiendo a los nuevos lineamientos de la Gerencia para la vigencia 2024 las áreas de Producción, Programación y Digital deben revisar y actualizar los lineamientos en materia de audiencias y autopromociones y solicitar su inclusión en la mayor brevedad en el Sistema de Gestión de Capital.

De igual manera, se recomienda al área de Planeación hacer un análisis de si es pertinente de la inclusión de este riesgo en la matriz de riesgos de Gestión de la entidad, teniendo en cuenta que debido al cambio de administración se puede reiterar el cambio de funciones entre áreas lo que conlleva al traslado de responsable de los documentos institucionales y se puede volver a materializar el riesgo.

11.3.4 Análisis de la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre los riesgos evaluados en numeral 11.3 / análisis OCI:

1. Frente al literal C. de la observación 3 presentada en el informe preliminar: Debilidades en el acompañamiento y retroalimentación de la identificación y calificación de controles de riesgos de gestión y corrupción, se responde por el área de Planeación que "(...) En este caso el área a cargo de los riesgos no realizó modificaciones o cambios sustanciales, ni identificó riesgos y controles adicionales. Planeación en este caso ofreció recomendaciones y sugerencias, lo que se evidencia en las imágenes de comunicaciones enviadas (...)", adicional a lo informado por el área se remiten soportes del acompañamiento y sugerencias brindadas desde al área de Planeación y de las cuales no se recibió respuesta por parte del área de Marca y Comunicaciones, por lo tanto, esta observación **se retira** para el área de Planeación del informe final de auditoría.
2. Frente a la debilidad presentada en el informe preliminar: Debilidades en la identificación del riesgo de gestión del proceso y en el control formulado, la respuesta del área de Marca y comunicaciones no atiende a lo observado en el informe preliminar, pues se indica que *"El área de Marca y Comunicaciones reporta que desde el 2021 el ejercicio de identificación de riesgos, así como todo lo que enmarca la implementación del MIPG, se ha evaluado en mesas de trabajo internas del área conformadas por el equipo de profesionales. Quienes lo han liderado o acompañado (contratistas, asesores e incluyendo al profesional especializado) no han presentado ni identificado otros riesgos distintos a los que hasta ahora se han planteado. En el ámbito operativo, la gestión de intangibles como son la marca, imagen y las comunicaciones implica una serie de riesgos inherentes a este tipo de operación. De ahí que se haya creado el Manual de Comunicación para la Crisis, como procedimiento que aborda varios de los riesgos en la gestión del proceso (...)"*, en el informe no se indica que se deban identificar nuevos riesgos y controles, se indica que el riesgo identificado para la vigencia 2024 está incompleto de conformidad con el objetivo del proceso y los controles fueron mal formulados no atienden los lineamientos de la guía para la administración del riesgo V6, por lo tanto, la observación **se mantiene**.
3. Frente a las debilidades de los riesgos de corrupción de conformidad con la respuesta se incluirá su revisión en el plan de mejoramiento, por lo tanto, la observación **se mantiene**.
4. En cuanto al riesgo no identificado de "vacío de información institucional" el área de Planeación manifiesta que *"no se considera adecuado afirmar que existe un riesgo no identificado de vacío de información y documentación institucional. No obstante, se agregará la categoría de "traslado" a las de "modificación, eliminación y creación", con que actualmente se tratan las variaciones en los documentos del Sistema de Gestión"*, teniendo en cuenta que el área como responsable de la identificación del riesgo manifiesta que no lo considera un riesgo institucional y no considera hacer su identificación en el mapa de riesgos institucional, **se modifica** la observación N° 4 del informe final de auditoría, sin embargo la OCI mantiene la alerta de que esta situación se pudo continuar presentado debido al cambio de actividades designadas por la Gerencia de Capital.

Adicionalmente, se evidencia que el día 26 de abril de 2024 las áreas de Programación y Digital definieron y formalizaron en el sistema de gestión de Capital el lineamiento Protocolo de medición de audiencias V1, por lo cual queda pendiente de revisar e incluir en el sistema de gestión lo relacionado con el tema de Autopromociones.



	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

11.4. INDICADORES DE GESTIÓN VIGENCIA 2023

En la revisión integral del proceso de Marca y Comunicaciones también se analizaron los indicadores de gestión del área para la vigencia 2023. Se recuerda al área que en el memorando 758 de 2023 se habían presentado recomendaciones sobre los indicadores. Ahora se pone de manifiesto lo encontrado en la formulación, seguimiento y medición de los indicadores:

Tabla 3. Indicadores plan de acción vigencia 2023

Proceso	Numero	indicador	Características*		Criterio de pertinencia*		Observación
			Cumple		cumple		
			SI	NO	SI	NO	
Comunicaciones	2.4.1	Publicaciones de free press gestionadas		X		X	<p>Los valores de la hoja de vida del indicador presentan debilidad debido a que los valores reportados para los trimestres no concuerdan con la fuente de información aportada.</p> <p>El primer trimestre reporta 106 publicaciones alcanzadas frente las 105 que arroja el conteo en la herramienta impacto free press</p> <p>El segundo trimestre arroja una diferencia de 04 publicaciones alcanzadas. 98 del reporte frente a 94 soportadas.</p> <p>El tercer trimestre el área reporta 84 publicaciones alcanzadas frente las 102 soportadas.</p> <p>El cuarto trimestre reporta 149 publicaciones alcanzadas frente 129 soportadas. No se encontraron en los soportes del informe de gestión free press que contempla la actividad número 7 de las actividades de gestión.</p> <p>Desde el primer trimestre reportado se informa de un cumplimiento superior al rango de tolerancia formulado, pero no se presenta un análisis de los resultados ni consideración de reformulación.</p> <p>Por lo anterior no cumple con la característica de confiabilidad, simplicidad, sensibilidad. Y no cumple los criterios de funcionalidad y disponibilidad</p>



	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

Proceso	Numero	indicador	Características*		Criterio de pertinencia*		Observación
			Cumple		cumple		
			SI	NO	SI	NO	
	3.7.1	Solicitudes recibidas de comunicaciones internas gestionadas		x		x	<p>La formulación no es precisa. Entre la tendencia y el denominador formulado no se evidencia que el seguimiento permita reflejar la precisión del indicador. Al ser de tendencia constante, no se entiende la razón de porque el denominador para los primeros trimestres no refleja un valor estable.</p> <p>Se recomienda revisar la tipología del indicador.</p> <p>Criterios: funcionalidad y utilidad</p>
	5.7.5	Comunicaciones internas gestionadas para el fortalecimiento de la Cultura y el Clima Organizacional y el sentido de pertenencia.		x		x	<p>Los valores reportados en el numerador y denominador no concuerdan con los presentes en la fuente de información reportada. En los trimestres se evidencian diferencias así: Primero: diferencia de 36 recibidas y tramitadas. Segundo: diferencia de 56 recibidas y tramitadas. Tercero: diferencia de 24 recibidas y tramitadas. Cuarto: diferencia de 54 recibidas y tramitadas. No se evidencia análisis cualitativo relacionado con esta situación o sobre los resultados obtenidos y lo reportado.</p> <p>Características que no cumple: No redundancia, pertinencia, confiabilidad, sensibilidad.</p> <p>Criterios que no cumple: Funcionalidad, confiabilidad y pertinencia.</p>

Proceso	Numero	indicador	Características*		Criterio de pertinencia*		Observación
			Cumple		cumple		
			SI	NO	SI	NO	
	2.8.3	Posicionamiento de marca alcanzado mediante alianzas		x		x	<p>Lo reportado no concuerda con la fuente de información registrada en la hoja de vida del indicador: Primer trimestre: reportan 03 alianzas pero el cuadro de control tiene 02. Segundo trimestre: reportan 05 pero en el cuadro de control tienen 15 Tercer trimestre: reportan 15 pero en el cuadro de control tienen 27 Cuarto trimestre: reportan 20 pero en el cuadro de control tienen 33. Adicionalmente el numerador y denominador presentan oportunidad de mejora porque el primero no refleja una medición real del segundo. No hay al interior de la hoja de vida del indicador que permita determinar cuándo una alianza propicia posicionamiento de marca y cuando no. Tampoco se evidencia documento del proceso que de una diferenciación clara al respecto.</p> <p>No cumple con la redacción de indicador No cumple con las características de simplicidad, disponibilidad, No cumple con criterios de pertinencia y confiabilidad</p>
	2.4.4	Localidades y/o municipios alcanzados		x		x	<p>No hay evidencias o soportes del modelo de encuesta o de la aplicación de esta según las actividades 01 y 02 de gestión del indicador. La formulación dice ser creciente pero el denominador se mantuvo permanente durante 2023.</p> <p>No cumple con las características de simplicidad, disponibilidad, No cumple con los criterios de pertinencia y confiabilidad</p>
	1.2.3	Visitantes convertidos en leads		x		x	<p>No hay evidencias del cumplimiento de las actividades de gestión del indicador. Tampoco hay soporte documental de la fuente de información establecida. No hay indicaciones o notas explicativas del indicador, es decir, convenciones para que cualquier persona pueda entender la medición, resultados análisis.</p> <p>No cumple con las características de simplicidad y disponibilidad No cumple con los criterios de pertinencia y confiabilidad</p>

Por lo anterior, se evidencian las siguientes debilidades:

- Por parte del área de Marca y Comunicaciones en la identificación, gestión y reporte de los indicadores conforme a los parámetros establecidos en Manual del sistema de medición y seguimiento V2

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

- Debilidades en el seguimiento realizado por la segunda línea de defensa (Planeación) al no verificar los soportes remitidos por el proceso como soporte al cumplimiento de los indicadores y no retroalimentarlo frente a las inconsistencias entre lo formulado en la hoja de vida del indicador y los reportes realizados por el área.
- De igual manera se reitera que no se atendieron las recomendaciones del informe de seguimiento al plan de acción institucional remitido a través del memorando 758 de 2023.

11.4.1 Análisis de la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre los indicadores evaluados en numeral 11.4:

1. Frente al literal B. de la observación 3 presentada en el informe preliminar: Debilidades en la verificación de soportes y retroalimentación al proceso de Gestión de Marca y Comunicaciones respecto a la coherencia de los reportes de los realizados en los indicadores formulados en plan de acción institucional de la vigencia 2023 por parte del proceso de Gestión de Marca y Comunicaciones, se responde por el área de Planeación que "(...) se realizará un rediseño de todo el sistema de indicadores del PAI. En efecto se requiere adoptar un sistema más eficiente y estratégico que permita realizar un seguimiento más preciso del cumplimiento de los objetivos institucionales. (...)", por lo anterior, **se mantiene** el literal B. (identificada en el numeral 12 como OBSERVACIÓN 2), teniendo en cuenta que ya se identificaron las posibles acciones de mejora para atender las debilidades encontradas.
2. Frente a las debilidades en la gestión, medición, seguimiento y análisis de los indicadores por parte del área de Marca y comunicaciones: Revisado el contenido del memorando 413 de 17 de mayo de 2024, se recuerda al área que la formulación, medición, análisis y reporte de información relacionada con los indicadores de gestión es una responsabilidad de cada dependencia de Capital. Es a través de este ejercicio que se puede tomar decisiones por parte de la Gerencia y del grupo directivo, bien sea para continuar con la actividad como se ha desarrollado o para cambiar, fortalecer o reevaluar la gestión de la entidad.

El profesional de marca y comunicaciones junto con el equipo que este conforma, son la primera línea en el esquema del modelo integrado de planeación y gestión del proceso de marca y comunicaciones. Por lo tanto y conforme al manual del sistema de medición y seguimiento vigente, tienen las siguientes responsabilidades: *i. Formular los indicadores que permitan la medición de actividades críticas y estratégicas para el desarrollo de sus procesos. j. Gestionar los reportes y seguimientos correspondientes a la aplicación de los indicadores en sus procesos. k. Generar al interior de sus equipos de trabajo las alertas en torno a las desviaciones de los resultados.*

Así las cosas, **se mantiene** el contenido de este aparte que hace parte de la observación 4 del informe final y se recomienda al área a que en el plan de mejoramiento que se vaya a formular considere como opción, requerir sesiones de capacitación y/o asesoría técnica a la segunda línea (área de planeación).



11.5. ALIANZAS REALIZADAS POR EL ÁREA DE MARCA Y COMUNICACIONES A TRAVÉS DE LA MODALIDAD DE CARTAS DE INTENCIÓN

Dentro de las funciones asignadas al profesional especializado de Marca y Comunicaciones durante la vigencia 2023 a través de la Resolución 142 de 2023, se encuentra la siguiente:

"Apoyar la gestión de alianzas estratégicas cuando se requiera y asegurar la presencia de marca en el desarrollo de las mismas"

Verificado el documento "PROTOCOLO PARA ALIANZAS ESTRATÉGICAS 2023 V1", se indica que para realizar una alianza estratégica Capital cuenta con las siguientes figuras jurídicas:

1. Acuerdos de colaboración.
2. Convenios interadministrativos.

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	



3. Respuesta oficial a la carta de intenciones.

En la mesa de trabajo adelantada con el área Jurídica el día 19/03/2024 se solicitó aclarar en cuáles casos se usaba la figura de carta de intención, y se indicó que sólo en los casos en dónde el posible aliado realiza la invitación a Capital de transmitir el evento y Capital indica sí acepta o no la invitación, de todas formas debe quedar de manera tácita en la carta de intención y/o en la respuesta de Capital las contraprestaciones que realizará cada entidad, así como la garantía que tiene Capital de los derechos de emisión del evento a transmitir y demás derechos relacionados con la transmisión de estos eventos culturales y deportivos.



Teniendo en cuenta que el protocolo de alianzas se formalizó el 08/08/2023 se verificaron del cuadro de alianzas remitidas por el área de Marca y Comunicaciones, específicamente todas aquellas que se suscribieron posterior a la fecha de creación del documento y hasta marzo de 2024, en las que se indicó que se usó la figura jurídica de carta de intención o de invitación, verificando si en la carta de intención quedaban estipuladas las contraprestaciones de cada entidad y si en la respuesta de Capital, se confirma la garantía de tener los derechos de transmisión del evento, encontrando que sólo en 2 de 16 cartas de intención se deja tácito estos derechos, como se muestra a continuación:

Tabla 4. Verificación respuesta a las cartas de intención de alianzas

Radicado Interno Respuesta a la carta de intención	Nombre del Tercero	Servicio Solicitado por el Tercero	Contraprestación solicitada por Capital	Queda estipulado en la carta de invitación o la respuesta de Canal los derechos de transmisión del evento
838 del 24 de julio de 2023	Corporación Festival Artístico Internacional (FAICP)	Transmisión en vivo de eventos	Ser incluidos en las piezas de divulgación del FAICP como medio aliado (transmisión)	NO
1047 del 18 de septiembre de 2023	INSTITUTO DISTRITAL DE PATRIMONIO CULTURAL (IDPC)	Participar en las actividades del Mes del Patrimonio 2023	Espacios con presencia de marca Capital in situ.	NO
1416 del 15 de agosto de 2023	Corporación Festival de Cine e Infancia y Adolescencia	<p>Vincularse como canal aliado.</p> <p>-Cubrimiento del CONVERSATORIO DE EXPERIENCIAS EXITOSAS EN COLOMBIA, que se realizará el 7 de septiembre de 2023, en el AULA MAXIMA de la Universidad de Bogotá Jorge adeo Lozano, horario de 9:00 a.m. a 12:00 m.</p> <p>- Invitación al CANAL EUREKA, a ser parte del conversatorio como panelistas invitados Nacionales.</p> <p>- Entrevistas en la INAUGURACIÓN Y FERIA ARTÍSTICA el 2 de septiembre en el AULA MAXIMA de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano, desde las 1:00 hasta las 4:00 pm será la actividad.</p> <p>- Realizar una nota de apertura del evento para darle difusión, puede ir en cualquiera de las emisiones del noticiero.</p> <p>- Realizaremos nota de clausura y premiación de las producciones ganadoras del festival, puede ir en cualquiera de las emisiones del noticiero.</p> <p>-Cubrimiento de la CLAUSURA Y PREMIACIÓN del festival el 8 de septiembre en el AULA MAXIMA de la Universidad de</p>	<p>- Presencia de un pendón en la inauguración y clausura del Festival, así como en el conversatorio de experiencias exitosas en Colombia.</p> <p>- Dos páginas con información de eureka tu canal en el catálogo virtual.</p> <p>- Promoción del spot de eureka tu canal como antesala de las funciones de exhibición y circulación de contenido audiovisual en los diferentes escenarios donde se desarrollará el Festival.</p> <p>- Piezas de divulgación digitales en las redes y páginas web del Festival. Así mismo, un ejercicio de sinergia digital para compartir divulgación de la participación de eureka y sus productos en el Festival.</p> <p>- Un stand en la inauguración y feria artística, desde las 12:30 p.m. hasta las 4:00 p.m., en las instalaciones de la Universidad de Bogotá Jorge Tadeo Lozano.</p>	NO

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

Radicado Interno Respuesta a la carta de intención	Nombre del Tercero	Servicio Solicitado por el Tercero	Contraprestación solicitada por Capital	Queda estipulado en la carta de invitación o la respuesta de Canal los derechos de trasmisión del evento
		Bogotá Jorge Tadeo Lozano, desde las 2:00 hasta las 4:00 pm.		
1026 del 13 de septiembre de 2023	CORPORACIÓN CULTURAL INTERCOLOMBIA	- Cubrir y transmitir en directo o en diferido los conciertos que sean posibles del 9 de septiembre al 8 de octubre, de jueves a domingo. Se adjunta la programación. -Realizar difusión en redes sociales, y en los noticieros sobre el Festival.	Espacios con presencia de marca Capital in situ.	NO
1029 del 14 de septiembre de 2023	SAMÁN MUSIC SAS	MEDIO ALIADO, generando contenidos, divulgación y cubrimiento en el espacio informativo y/o musical del canal.	Espacios con presencia de marca Capital in situ.	NO
1034 del 24 de septiembre de 2023	Alados	Vincularse al evento como canal retransmisor del evento.	Spot de Capital para que sea proyectado en los espacios definidos. Espacio para presencia de marca en la Cinemateca de Bogotá a fin de instalar flagbanners con nuestra marca.	NO
1773 del 11 de octubre de 2023	Universidad Nacional de Colombia	Vincularse como Medio aliado/ Medio Oficial solicitando el apoyo para la difusión, grabación y transmisión de este concierto, permitiéndonos llegar al público colombiano y esperamos alcanzar un gran impacto mediático para dar a conocer esta pieza musical de memoria histórica.	Presencia de marca de Capital en piezas de divulgación: logo en piezas digitales, menciones en sus publicaciones, inclusión en boletín de prensa – si lo hay – y/o envío del nuestro a sus bases de datos, inclusión del logo Capital en la web del auditorio como medio aliado y presencia de marca in situ el día del evento.	Sí en la carta de intención de la Universidad Nacional.
1383 del 1 de diciembre de 2023	CORPORACIÓN IN VITRO VISUAL	Vincularse como el Canal Oficial, solicitando el apoyo para la realización de las actividades estipuladas en el marco de la edición 21 de BOGOSHORTS.	Presencia de logo (afiche oficial impreso y digital, página de logos en catálogo, programa de mano, backings), así como la pauta en catálogo y la proyección de nuestro spot en diferentes pantallas, todos los insumos que para ello se requieran serán enviados pertinentemente.	NO
1356 del 24 de noviembre de 2023	CLUB DEPORTIVO OLAYA HERRERA	Transmisión en directo de los partidos.	Alimentación de los equipos técnico y de producción, así como presencia de marca en el Estadio.	NO
1344 del 23 de noviembre de 2023	CLUB DEPORTIVO ASOCIACIÓN DEPORTIVA DEL SUR ORIENTE	Transmisión en directo de los partidos. Autorización de que la copa se llame "Copa Capital"	Alimentación de los equipos técnico y de producción, así como presencia de marca en el Estadio.	NO, y no se responde nada acerca de la solicitud de llamar el torneo "copa Capital"
83 del 26 de enero de 2024	Círculo de Periodistas de Bogotá (CPB)	Transmisión en vivo de la Ceremonia.	Presencia de marca, a través de material POP (pendones o flag banners) en la galería de acceso al teatro.	NO
202 del 16 de febrero de 2024	Federación Colombiana de Esgrima	Medio Oficial de transmisión de este evento	Espacios para presencia de marca en piezas digitales, banners, entre otros y/o en algunos espacios físicos en el estadio, acceso a invitados para realizar entrevistas tanto previas como durante la realización del evento, apoyo de expertos como comentaristas en el set de transmisión.	NO

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

Radicado Interno Respuesta a la carta de intención	Nombre del Tercero	Servicio Solicitado por el Tercero	Contraprestación solicitada por Capital	Queda estipulado en la carta de invitación o la respuesta de Canal los derechos de trasmisión del evento
224 del 26 de febrero de 2024	LIGA DE FÚTBOL DE BOGOTÁ (LFB D. C.)	Transmisión de la final del torneo	Presencia de marca en piezas digitales y banners, entre otros, en espacios físicos del campus.	NO
234 del 27 de febrero de 2024	XXXVIII Festival Nacional de la Música Colombiana	Transmisión en directo del concierto de Gala	Presencia de marca en piezas digitales y banners, entre otros, en espacios físicos del campus.	NO
237 del 28 de febrero de 2024	Federación Colombiana de Karate Do	Medio Aliado solicitándole el apoyo para cubrimiento, difusión, transmisión durante el I Campeonato Nacional Interligas e interclubes	Presencia de marca en piezas digitales y banners, entre otros, en espacios físicos del campus.	NO
228 del 26 de febrero de 2024	POLITÉCNICO GRAN COLOMBIANO	Transmisión del partido "Juego de Estrellas"	Presencia de marca en piezas digitales y banners, entre otros, en espacios físicos del campus.	Sí. Quedan claros los compromisos del Politécnico y los derechos de uso expuestos en la carta de invitación.



De la verificación realizada se observan las siguientes debilidades:

1. No se tiene un control establecido de revisión por parte del área Jurídica de las solicitudes de alianzas que ingresan a Capital, sería importante que esta área revise y asesore sí en el marco de las contraprestaciones que pide cada entidad es pertinente suscribir un acuerdo de colaboración o un convenio interadministrativo, para evitar riesgos de posibles incumplimientos de actividades que no queden explícitas y de permisos de trasmisión y temas de derechos de autor, lo anterior, teniendo en cuenta que como se detalla en la tabla 4 las contraprestaciones que pide cada entidad son variadas dependiendo del evento y en la mayoría no se hace mención a la cesión de los derechos de trasmisión.
2. Sería importante definir un formato o unos lineamientos mínimos que debe tener la respuesta de Capital a una carta de intención, indicando cómo mínimo el servicio al que se compromete a prestar Capital, cuáles serán las contraprestaciones recibidas por el aliado y dejando en claro que Capital tendrá los derechos de emisión del evento a transmitir y no tendrá problemas con temas derechos de autor; lo anterior, teniendo en cuenta que no es uniforme la respuesta que Capital da a los aliados.

Teniendo en cuenta que a partir de la reasignación de funciones que realizó la Gerencia General para la vigencia 2024 el apoyo y coordinación de las alianzas pasa a estar liderada por el área de Ventas y Mercadeo la acción de mejora debe estar bajo el liderazgo de esta área. Teniendo en cuenta, que la función de gestionar las alianzas está en cabeza del profesional de Marca y comunicaciones, es importante que se realice el ajuste en los manuales de funciones correspondientes.

11.5.1 Análisis de la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre las alianzas evaluadas en el numeral 11.5:

De conformidad con la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre la observación de que no se tiene un control establecido de revisión por parte del área Jurídica de las solicitudes de alianzas que ingresan a Capital, se indica a través del memorando 413 de 2023 y en la mesa de trabajo adicional solicitada por la OCI con el área jurídica realizada el día 29/05/2024 que dichos controles están contemplados en el Manual de contratación - numeral 7.2.4. ALIANZAS CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN, por lo que **se modifica** la observación 6 del informe final de auditoría atendiendo a que el control sí existe, sin embargo, en la mesa de trabajo virtual adelantada con el área jurídica el día 29 de mayo de 2024, se evidencia que debido a los cambios de colaboradores y de responsable de manejar el tema de alianzas de conformidad con los lineamientos de la Gerencia, es necesario realizar jornadas de sensibilización y capacitación sobre los controles establecidos en el manual para las alianzas que suscriba Capital, así como dejar claro a los responsables de suscribir alianzas el alcance que puede tener una carta de intención, sensibilizando a los colaboradores sobre que si en la carta de intención se especifican obligaciones que van más allá de realizar la trasmisión de un evento es pertinente que se consulte y se reciba asesoría del área jurídica sobre si es necesario suscribir una alianza, un acuerdo de colaboración o un convenio interadministrativo.

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

Frente a la necesidad de establecer un formato estandarizado que defina unos lineamientos mínimos que debe tener la respuesta de Capital a una carta de intención, se informa que *"el área de contratación ha elaborado una propuesta en borrador que atienda este propósito, al cual tienen acceso el profesional de Marca y Comunicaciones, así como el asesor jurídico en derechos de autor. Este documento estandarizado se encuentra en trámite y surtirá las revisiones de las diferentes áreas, de manera que pueda hacer parte del Sistema de Gestión"*, por lo que **se mantiene** el literal b de la observación 6 para que la acción se lleve al plan de mejoramiento.

11.6 MANUAL DE FUNCIONES DEL PROFESIONAL ESPECIALIZADO DEL ÁREA DE MARCA Y COMUNICACIONES

A partir del cambio en las funciones del área que se dieron durante la vigencia 2023, se verificó que en la actualización del Manual Específico de Funciones y Competencias Laborales de la Planta de Canal Capital que se dio a través de la Resolución interna 142 de 2023 se incluyeran las funciones asignadas por la Gerencia General al profesional especializado de Comunicaciones.

Lo primero que se evidencia es que la Gerente General el día 23 de junio de 2023, a través del correo electrónico aprobó a Recursos Humanos la justificación y propósito de modificar las funciones del profesional especializado:

<p>Denominación de área y profesional del área; nueva estructura y otros temas</p> <p>Ana María Ruiz Perea <ana.ruiz@canalcapital.gov.co> 23 de junio de 2023, 19:26 Para: Edgardo José Paz Espinosa <edgardo.paz@canalcapital.gov.co> Cc: Sandra Paola Montilla Morales <sandra.montilla@canalcapital.gov.co>, Sandra Obregón Medina <sandra.obregon@canalcapital.gov.co>, Adriana González Hassig <adriana.gonzalez@canalcapital.gov.co></p> <p>Buenas noches,</p> <p>Gracias Edgardo. No tengo comentarios al texto. Sandra, te pido adelantar lo que sea necesario desde el área de RRHH de manera que el área de Marca y Comunicaciones quede establecida en el organigrama de Capital y donde corresponda.</p> <p>Gracias</p>	<p>Denominación de área y profesional del área; nueva estructura y otros temas</p> <p>Edgardo José Paz Espinosa <edgardo.paz@canalcapital.gov.co> 23 de junio de 2023, 12:37 Para: Sandra Paola Montilla Morales <sandra.montilla@canalcapital.gov.co> Cc: Ana María Ruiz Perea <ana.ruiz@canalcapital.gov.co>, Sandra Obregón Medina <sandra.obregon@canalcapital.gov.co>, Adriana González Hassig <adriana.gonzalez@canalcapital.gov.co></p> <p>Buen día Sandrita, espero que estés muy bien. De acuerdo con nuestra reunión y conversación acerca del Área de Marca y Comunicaciones, te envío este correo con los detalles y pormenores necesarios para que, desde Talento Humano, puedan adelantar los cambios, ajustes y acciones pertinentes.</p> <p>Lo primero es formalizar que se establece un área que depende directamente de la Gerencia General, denominada Marca y Comunicaciones, cuyo objetivo es, y así está plasmado en el nuevo proceso: <i>"Garantizar una adecuada comunicación del Sistema, mediante la implementación de una estrategia que contemple la producción y transmisión de mensajes estratégicos, el fortalecimiento de una identidad institucional, la construcción de una imagen como marca y el posicionamiento de productos y servicios; a través, de alianzas estratégicas, análisis de audiencias y la promoción de los valores organizacionales, para mejorar su reputación y generar confianza en los ciudadanos, públicos y demás participantes de la lógica sistémica de Capital"</i>. NOTA: Es importante aclarar que ya se hizo entrega al área de Planeación la documentación actualizada y se están haciendo las solicitudes de movimiento de los procedimientos, formatos y manuales de Audiencias y de Autopromos a la nueva Área de Marca y Comunicaciones..</p> <p>Que después de revisar la misión y funcionamiento del área, se determina que debe estar conformada por cuatro subáreas, perfectamente identificadas a razón de su quehacer y respaldo del objetivo del área. Estas subáreas son: 1. Audiencias, 2. Creativa, 3. Prensa y Comunicaciones y 4. Alianzas.</p> <p>Que el área cuenta con un profesional, transversal a las cuatro subáreas, denominado Profesional Especializado Grado 3 de Marca y Comunicaciones, que se encargará de ejercer las siguientes funciones (sea la oportunidad para cambiar el propósito y funciones existentes puesto que ya no son exclusivos para Prensa y Comunicaciones):</p> <p>PROPÓSITO: Diseñar, acompañar y hacer el seguimiento del Plan Estratégico, la Estrategia y el Plan de Acción Operativo del Área de Marca y Comunicaciones con el fin de posicionar, comunicar y fortalecer la identidad, imagen y reputación de Capital, bajo la sombrilla de los objetivos misionales del Sistema.</p>
--	--

Fuente: Correo electrónico de aprobación de la Gerente de la justificación y propósito de actualizar el cargo del profesional de Marca y Comunicaciones

Posteriormente, el día 24 de julio de 2023 el profesional especializado de Marca y Comunicaciones solicitó a Recursos Humanos la inclusión de funciones que el profesional estaba realizando y que no tenía en su Manual como los son:

Coordinar el diseño, contratación y análisis de audiencias, aprobar las piezas visuales, audiovisuales y campañas promocionales de Capital.

Actualización de funciones

Edgardo José Paz Espinosa <edgardo.paz@canalcapital.gov.co>

24 de julio de 2023, 17:41

Para: Sandra Paola Montilla Morales <sandra.montilla@canalcapital.gov.co>

Cc: Ana María Ruiz Perea <ana.ruiz@canalcapital.gov.co>, Carolina Vargas García <carolina.vargas@canalcapital.gov.co>, Adriana González Hassig <adriana.gonzalez@canalcapital.gov.co>

Buenas tardes Sandra, De acuerdo con el último correo donde se actualizaron el propósito y las funciones del Profesional Especializado grado 3 del Área de Marca y Comunicaciones, aprobados por la gerente; por sugerencia de las áreas, y entendiendo que Jerson y Luis Carlos tienen en su manual de funciones las concernientes a los temas de audiencias y temas de marca y campañas, procedo a compartir mis funciones actualizadas bajo esa perspectiva. Son las funciones 9, 10 y 11.

Quedo atento a sus comentarios y/o sugerencias.

PROPÓSITO: Diseñar, acompañar y hacer el seguimiento del Plan Estratégico, la Estrategia y el Plan de Acción Operativo del Área de Marca y Comunicaciones con el fin de posicionar, comunicar y fortalecer la identidad, imagen y reputación de Capital, bajo la sombrilla de los objetivos misionales del Sistema.

FUNCIONES:

1. Apoyar y acompañar al Asesor de Marca y Comunicaciones en la ejecución de las obligaciones misionales del área.
2. Coordinar y acompañar el desarrollo del Plan, Estrategia y PAO del área de acuerdo con los lineamientos establecidos por el Asesor de Marca y Comunicaciones.
3. Fomentar la creación de canales de comunicación interna y/o externa de acuerdo con la planeación estratégica y necesidades del Sistema.
4. Apoyar la gestión de alianzas estratégicas cuando se requiera y asegurar la presencia de marca en el desarrollo de las mismas.
5. Coordinar, junto con el Project Manager, los requerimientos editoriales, técnicos, logísticos y marcarios cuando se requiera.
6. Ejercer la supervisión de todos los contratos de prestación de servicios de todo el equipo de contratistas del Área de Marca y Comunicaciones.
7. Supervisar los procesos contractuales de persona jurídica que surjan en el marco de las acciones misionales del Área.
8. Adelantar y supervisar los procesos administrativos del Área ante Planeación, Control Interno, Talento Humano y demás áreas transversales.
9. Coordinar el diseño, contratación y análisis de los estudios de audiencias y tendencias en circulación de contenidos requeridos por el Sistema.
10. Verificar la correcta implementación de la imagen institucional y gráfica del Sistema.
11. Aprobar las piezas visuales y audiovisuales y campañas promocionales de Capital.
12. Llevar a cabo las actividades y funciones con atención, entre otros, a los principios de autocontrol y autoevaluación.
13. Definir, documentar y formalizar el proceso y los procedimientos del Área mediante los cuales se ejercen las funciones que han sido asignadas, así como los riesgos inherentes a los mismos y el plan para su administración.
14. Las demás que le sean asignadas por la Gerencia, para el cumplimiento de la misión del Sistema, de acuerdo con la naturaleza y el área de desempeño del cargo.

Fuente: Correo electrónico de solicitud a Recursos Humanos de modificación de las funciones por parte del profesional de Marca y Comunicaciones

El 17 de agosto de 2023 el profesional de Marca y Comunicaciones remite a la Secretaría General archivo en Word con la justificación y modificación de funciones para comentarios de la Secretaría General, sin embargo, este archivo **No** contiene ni la justificación aprobada el 23 de junio de 2023 por la Gerente, ni las funciones que se solicitaron modificar a Recursos Humanos el 24 de julio de 2023:

<p>JUSTIFICACIÓN DE CAMBIO DE NOMBRE, PROPÓSITO Y FUNCIONES DE PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 3 DEL ÁREA DE PRENSA Y COMUNICACIONES</p> <p>CARGO: Profesional Especializado grado 3 de Marca y Comunicaciones</p> <p>DEPENDENCIA: Gerencia General – Área de Marca y Comunicaciones</p> <p>LÍNEA DE MANDO: Gerente General → Asesor de Marca y Comunicaciones → Profesional Especializado grado 3 de Marca y Comunicaciones</p> <p>JUSTIFICACIÓN: Después de revisar y ajustar el objetivo del sistema frente a su acciones de marca y comunicaciones, se hace necesario ajustar el propósito y las funciones del Profesional Especializado del área, toda vez que sus acciones están, ahora, enfocadas en responder a los nuevos retos en materia de posicionamiento de la imagen corporativa en el territorio, del fortalecimiento de la identidad institucional ante todo el Sistema de Comunicación, la consolidación de la reputación de Capital y la articulación sistémica y estratégica con los medios masivos, locales, alternativos, universitarios de comunicación y las organizaciones públicas y privadas con las que Capital puede tener alianzas para dar cumplimiento, y maximizar, su misionalidad como el medio público de los ciudadanos de Bogotá Región.</p> <p>Este reto significa pensar estratégicamente, cuidar con responsabilidad y divulgar con claridad la marca Capital y sus submarcas y el tono y modo de comunicación institucional.</p> <p>PROPÓSITO: Diseñar, acompañar y hacer el seguimiento del Plan Estratégico, la Estrategia y el Plan de Acción Operativo del Área de Marca y Comunicaciones con el fin de posicionar, comunicar y fortalecer la identidad, imagen y reputación de Capital, bajo la sombra de los objetivos misionales del Sistema.</p> <p>FUNCIONES:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Apoyar y acompañar al Asesor de Marca y Comunicaciones en la ejecución de las obligaciones misionales del área.2. Coordinar y acompañar el desarrollo del Plan, Estrategia y Plan de Acción Operativo - PAO del área de acuerdo con los lineamientos establecidos por el Asesor de Marca y Comunicaciones.3. Fomentar la creación de canales de comunicación interna y/o externa de acuerdo con la planeación estratégica y necesidades del Sistema.4. Apoyar la gestión de alianzas estratégicas cuando se requiera y asegurar la presencia de marca en el desarrollo de las mismas.5. Coordinar, junto con el Gerente de Proyectos, los requerimientos editoriales, técnicos, logísticos y marcarios cuando se requiera.6. Ejercer la supervisión de todos los contratos de prestación de servicios de todo el equipo de contratistas del Área de Marca y Comunicaciones.7. Supervisar los procesos contractuales de personas jurídicas que surjan en el marco de las acciones misionales del Área.8. Adelantar y supervisar los procesos administrativos del Área ante Planeación, Control Interno, Talento Humano y demás áreas transversales.9. Llevar a cabo las actividades y funciones con atención, entre otros, a los principios de autocontrol y autoevaluación.10. Definir, documentar y formalizar el proceso y los procedimientos del Área mediante los cuales se ejercen las funciones que han sido asignadas, así como los riesgos inherentes a los mismos y el plan para su administración.11. Las demás que le sean asignadas por la Gerencia, para el cumplimiento de la misión del Sistema, de acuerdo con la naturaleza y el área de desempeño del cargo.
--



Fuente: Word remitido por el profesional de Marca y Comunicaciones a la Secretaría General para su revisión y aprobación.

El día 6 de septiembre de 2023 la Secretaría General remite el archivo de Word a Recursos Humanos para que incorporen la justificación en la modificación de la Resolución. (Word que no contiene ni la justificación aprobada por la Gerente, ni las funciones que en julio se solicitaron incluir)



Fuente: Correo remitido por la Secretaría General a Recursos Humanos con el Word para incluir la justificación en la Resolución.

El día 7 de septiembre de 2023 Recursos Humanos remite borrador de la Resolución para revisión y aprobación de la Secretaría General.

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	



Fuente: Correo remitido Recursos Humanos a la Secretaría General con el borrador de la Resolución.



El día 27 de septiembre se firma y aprueba por parte de la Gerente General la Resolución 142 de 2023, que no contiene las funciones actualizadas de conformidad a las solicitudes previamente realizadas.

Frente a todo el proceso de actualización del Manual de funciones del profesional especializado de Marca y Comunicaciones se evidencian debilidades en el esquema de líneas de defensa de Capital:

1. El área de Recursos Humanos como segunda línea de defensa encargada de conformidad con el Manual de funciones de ***"Coordinar la elaboración y actualización del manual específico de funciones de competencias laborales del Canal, de conformidad con las normas y procedimientos vigentes"*** (Negrilla fuera de texto), y teniendo en cuenta que tenía toda la trazabilidad de correos y solicitudes recibidas por la Gerencia y el Profesional de Marca y Comunicaciones debió alertar a la Secretaría General de que las funciones remitidas en el archivo de Word (17 de agosto de 2023), No correspondían con la solicitud recibida previamente. Sin embargo, en la trazabilidad de correos no se observa ninguna alerta o solicitud de aclaración por parte de Recursos Humanos a los responsables.

Frente a las funciones no se toma en cuenta el correo con la solicitud de actualización que se remitió el 24/07/2023, ni alerta a la Secretaría General, Gerencia o el profesional de Marca y Comunicaciones indicándoles sobre que las funciones remitidas el 17 de agosto de 2023 no están acordes a lo solicitado previamente.

2. Se evidencia nuevamente como había sido observado en el informe final de auditoría del proceso de Gestión Jurídica y Contractual, que existe una posibilidad de mejora institucional para que se documente el paso a paso, controles y responsables en la gestión administrativa de las Resoluciones emitidas por la entidad, puesto que, se evidencian fallas en los soportes que están respaldando la actualización de la Resolución 142 de 2023. Ya que la trazabilidad señalada anteriormente no se relaciona como soporte de la citada resolución.
3. De conformidad con la Resolución interna 12 de 2022 la función relacionada con audiencias: ***"Coordinar el diseño, contratación y análisis de los estudios de audiencias y tendencias en circulación de contenidos requeridos por Canal Capital"*** estaba a cargo del Profesional Especializado de Programación, desde el área de Recursos Humanos debió consultarse a la Gerencia sí de conformidad con las reasignación de funciones se debía eliminar esta función del profesional de Programación, teniendo en cuenta que la función estaría duplicada en dos cargos, de lo anterior

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

no se evidencia que desde el área de Recursos Humanos se haya realizado la respectiva alerta a la Gerencia General.

11.6.1 Análisis de la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre las debilidades en la actualización del manual de funciones del profesional de Marca y Comunicaciones evaluado en el numeral 11.6 / Análisis OCI:


En respuesta al informe preliminar que se dio través del memorando 413 de 2024 el área de Recursos Humanos indica que: “*Sea lo primero informar que la modificación de las funciones del asunto se revisó de manera adecuada y por las áreas pertinentes, siguiendo **el procedimiento**. Por lo anterior, esta afirmación de este numeral no sería precisa*” Negrilla fuera de texto.

Se solicitó a través de correo electrónico del 24 de mayo de 2024 indicar en cuál de los documentos asociados al proceso de Gestión del Talento Humano se encuentra el procedimiento indicado en la respuesta para actualizar el Manual de funciones de Capital o cuál es el lineamiento que se toma como referencia, para lo cual se dio respuesta el día 28 de mayo de 2024 de la siguiente manera:

*"Se precisa que las obligaciones de los trabajadores oficiales son pactadas en función de las necesidades del área, y si bien se encuentran plasmadas vía remisión en el manual de funciones de la entidad, ello no muta su naturaleza y no las somete a los trámites propios de la modificación de funciones para servidores públicos. De ahí que **no exista un procedimiento** para la modificación del Manual de Funciones en lo que respecta a los trabajadores oficiales. Negrilla fuera de texto.*

Como todos los trámites adelantados en la entidad, la revisión de dicho ajuste estuvo precedido de las instrucciones que como es del giro ordinario de la función administrativa, se pueden recibir de forma escrita o verbal, y de la verificación jurídica de su procedencia (...)"

Ante la anterior respuesta se evidencia que a pesar de que se indica que se siguió el procedimiento de manera adecuada para actualizar las funciones del profesional de Marca y comunicaciones, no existe documentalmente un procedimiento, guía o instructivo en Capital que indique los pasos que se deben surtir para realizar la modificación al Manual de Funciones, por lo que se recomienda se establezca un lineamiento con unos controles mínimos que indique los soportes documentales que deben quedar cuando se realice la actualización del Manual, pues como se confirma con la respuesta al informe preliminar: A la Gerente no se le copió el correo que proyectó el profesional de Marca y Comunicaciones el día 17 de septiembre de 2023 a la Secretaria General el cual contenía funciones diferentes (con 3 funciones menos, las cuales sí ejecuto el profesional durante la vigencia 2023) a las que ya había aprobado la Gerente los días 26 de junio y 24 de julio de 2023, por lo que se pierde la trazabilidad de la aprobación de la Gerente a las modificaciones:



Andrea Paola Sánchez García <andrea.sanchez@canalcapital.gov.co>

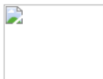
Ajustes a cambio de nombre, propósito y funciones del Profesional Especializado grado 3 de Prensa y Comunicaciones
6 mensajes


Edgardo José Paz Espinosa <edgardo.paz@canalcapital.gov.co>17 de agosto de 2023, 11:22

Para: Andrea Paola Sánchez García <andrea.sanchez@canalcapital.gov.co>

Hola Andrea, buen día. Te comparto el documento con los ajustes pertinentes. Quedo atento a tus comentarios.

Gracias.




 **CAMBIO DE NOMBRE PROFESIONAL MYC 2023.docx**
18K

Edgardo José Paz Espinosa <edgardo.paz@canalcapital.gov.co>6 de septiembre de 2023, 12:43

Para: Andrea Paola Sánchez García <andrea.sanchez@canalcapital.gov.co>

Hola Andre. Reenvío el correo. Me cuentas.

[El texto citado está oculto]

 **CAMBIO DE NOMBRE PROFESIONAL MYC 2023.docx**
18K


Fuente: Respuesta a la solicitud de información adicional 28 de Mayo de 2024


Adicionalmente, en el considerando de la Resolución 142 de 2023, no se contemplan todos los antecedentes mencionados por Recursos Humanos en las pruebas adelantadas y la respuesta al informe preliminar de auditoría para sustentar el cambio de funciones por lo que se evidencian debilidades en la proyección de la Resolución que realizó el área de Recursos Humanos (como se muestra en la siguiente imagen), por lo anteriormente mencionado, **se mantiene y se modifica** la observación 7 del informe final de auditoría.

Sin embargo, mediante comunicación electrónica del 23 de junio de 2023, la Gerente General de la entidad solicita la modificación del perfil para el cargo de profesional Especializado grado 03, actualmente adscrito al área de Marca y Comunicaciones, antes de Prensa y Comunicaciones, en aras de responder satisfactoriamente a la necesidad de formalizar una grupo de trabajo que dependa directamente de la Gerencia General, y cumpla por objetivo el siguiente: "Garantizar una adecuada comunicación del Sistema, mediante la implementación de una estrategia que contemple la producción y transmisión de mensajes estratégicos, el fortalecimiento de una identidad institucional, la construcción de una imagen como marca y el posicionamiento de productos y servicios; a través, de alianzas estratégicas, análisis de audiencias y la promoción de los valores organizacionales, para mejorar su reputación y generar confianza en los ciudadanos, públicos y demás participantes de la lógica sistémica de Capital".

Agregó que, la revisión y ajuste de los objetivos que persigue este sistema de comunicación pública frente a sus acciones de marca y comunicaciones, hace necesario adecuar, también, el propósito y las

¹ "Por el cual se modifica y actualiza el Manual Específico de Funciones y Requisitos de los empleos de la planta global de Canal Capital Ltda."




 Continuation of the Resolution No. 142, of 2023
 "Por la cual se modifica el Manual Específico de Funciones y Competencias Laborales de la Planta de Canal Capital"

funciones del Profesional Especializado que se ha dispuesto para la ejecución de dichas labores. Más aún cuando dichas acciones están enfocadas en responder a los nuevos retos en materia de posicionamiento de la imagen corporativa en el territorio; al fortalecimiento de la identidad institucional ante todo el Sistema de Comunicación; a la consolidación de la reputación de Capital y a la articulación sistémica y estratégica con los demás medios masivos, locales, alternativos, universitarios de comunicación y las organizaciones públicas y/o privadas con los que se pueden generar alianzas en procura del cumplimiento y la maximización de su misionalidad como el medio público de los ciudadanos de la Bogotá Región.

Dado que el objeto de lo que se conoce como área de Prensa y Comunicaciones se transformó y en la actualidad tiene como propósitos objetivos de **Marca y Comunicaciones**, el mencionado cargo adscrito, deberá modificarse en su nombre, y pasará a denominarse Profesional Especializado Grado 3 de Marca y Comunicaciones.

Bajo las circunstancias analizadas y las razones expuestas en la solicitud presentada y citadas a este proveído, este Despacho encuentra pertinente, necesario y viable actualizar el contenido funcional y de competencias del cargo en mención.

En mérito de lo expuesto, la suscrita

RESUELVE:



ARTÍCULO 1.- Modificación al Manual Específico de Funciones y de Competencias Laborales. Modificar el Manual específico de funciones y competencias laborales adoptado por Canal Capital mediante Resolución 012 de 2022, para el cargo de **Profesional Especializado grado 03 del área de Prensa y Comunicaciones** de la planta de trabajadores oficiales de la entidad, cuyas funciones deberán ser cumplidas con criterios de eficiencia, eficacia y efectividad, orientadas al logro de la misión, los objetivos y las funciones que la ley, los acuerdos distritales y los reglamentos señalan, así:

MANUAL DE FUNCIONES Y DE COMPETENCIAS LABORALES	
1. IDENTIFICACIÓN	
Nivel:	PROFESIONAL
Denominación del cargo:	Profesional Especializado
Tipo de vinculación:	Trabajador oficial
Grado:	03
Dependencia:	Donde se ubique el cargo

Fuente: Considerando Res 142 de 2023

11.7. GESTIÓN CONTRACTUAL DEL ÁREA DE MARCA Y COMUNICACIONES

Posterior a la solicitud de información a las áreas se obtuvo las bases de datos de contratación para las vigencias 2023 por parte del área jurídica. El área de marca y comunicaciones aportó la herramienta de seguimiento *matriz alianzas general 2023*.

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

De la primera base de datos se evidenció que el profesional de Marca y comunicaciones superviso 61 contratos. De estos se tomó una muestra de 16 contratos para revisión. Para complementar la muestra seleccionada se tomaron 9 acuerdos de colaboración de las vigencias 2023, 2022 y 2021. Por último, se tuvo que la matriz reportada por el área de marca y comunicaciones contaba con un total de 74 registros, de los que se tomaron 17 como muestra de revisión.

Conforme a lo anterior, para la revisión adelantada a la gestión administrativa del área de Marca y Comunicaciones en materia contractual se verificaron los expedientes a cargo del área de comunicaciones y se tomó la siguiente muestra:

- **Acuerdos de colaboración:**



Tabla 5. Muestra Acuerdos de Colaboración

No Acuerdo	Nombre	SUPERVISIÓN
AC-009-2023	FUNDACIÓN IMPULSOS	Profesional especializado grado 3 de prensa y comunicaciones
AC-008-2023	FUNDACIÓN GABO.	Profesional especializado grado 3 de prensa y comunicaciones
AC-003-2022	LA CÁMARA COLOMBIANA DEL LIBRO	COORDINADORA DE PRENSA Y COMUNICACIONES Y COORDINACIÓN DE PRODUCCIÓN
AC-004-2022	LA CÁMARA DE COMERCIO DE BOGOTÁ	COORDINADOR DE PRENSA Y COMUNICACIONES Y COORDINACIÓN DE PRODUCCIÓN
AC-015-2022	LA ACADEMIA COLOMBIANA DE ARTES Y CIENCIAS CINEMATOGRAFICAS	Profesional especializado grado 3 de Producción
AC-018-2022	CORPORACIÓN MALOKA DE CIENCIA, TECNOLOGÍA E INNOVACIÓN	Profesional especializado grado 3 de Prensa y Comunicaciones
AC-020-2022	CLUB DEPORTIVO OLAYA HERRERA	Profesional Universitario Grado 03 de Producción
AC-021-2022	CLUB DEPORTIVO ASOCIACIÓN DEPORTIVA SUR ORIENTE	Profesional Universitario Grado 03 de Producción
007-2021	VALENCIA PRODUCCIONES FX SAS	COORDINACIÓN DE PRENSA Y COMUNICACIONES

- **Contratos:**

Tabla 6. Muestra contratos

CONTRATO No.	NOMBRE CONTRATISTA	TIPO DE CONTRATO	MODALIDAD DE SELECCIÓN	CARGO DEL SUPERVISOR
0190-2023	DIECISEIS 9 FILMS S.A.S.	CONTRATO DE ADMINISTRACION DELEGADA	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES / PROFESIONAL ESPECIALIZADO DE PRODUCCIÓN GRADO 2

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

CONTRATO No.	NOMBRE CONTRATISTA	TIPO DE CONTRATO	MODALIDAD DE SELECCIÓN	CARGO DEL SUPERVISOR
0321-2023	CORPORACION IN VITRO VISUAL	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES
0523-2023	TANGRAMA LTDA	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES
0531-2023	BUENOS Y CREATIVOS S A S	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	Profesional especializado grado 3 de Marca y Comunicaciones.
0042-2023	DIANA CAROLINA PINZON GUIO	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES
0056-2023	PEDRO ALEJANDRO CARABALLO CORTES	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES
0065-2023	MARIA EUGENIA QUIROGA DIAZ	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES
0071-2023	STEFANIA GALVIS BARRERO	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES
0072-2023	SHARON NICOLL LOPEZ GONZALEZ	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES
0091-2023	JONATHAN CAMILO PINZON ORTIZ	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES
0111-2023	RAFAEL EDUARDO MUÑOZ GOMEZ	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES
0118-2023	JULIAN DAVID PINZON BEJARANO	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES
0171-2023	URSULA ANDREA RODRIGUEZ FIGUEREDO	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES
0220-2023	INGRID TORIJANO NEIRA	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES



CONTRATO No.	NOMBRE CONTRATISTA	TIPO DE CONTRATO	MODALIDAD DE SELECCIÓN	CARGO DEL SUPERVISOR
0257-2023	STEFANIA GALVIS BARRERO	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES
0365-2023	JONATHAN CAMILO PINZON ORTIZ	CONTRATO DE PRESTACION DE SERVICIOS	DIRECTA	PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 03 DE PRENSA Y COMUNICACIONES

• Alianzas:

Tabla 7. Muestra Alianzas

NOMBRE DEL EVENTO	ALIADO
FORO MUJERES EN LA JUGADA	IDRD
DE LA CANCHA AL ESTADIO / LANZ.	IDRD
BIME	BIME
45 AÑOS FUNDACIÓN COLOMBIA NEGRA	MANDATO
JUEGOS JUVENILES PARAPANAMERICANOS	COMITÉ PARALÍMPICO
WOMEN DELIVER AMÉRICAS	ALCALDÍA
BAM	PROIMÁGENES
PREMIOS PERIODISMO ÁLVARO GÓMEZ HURTADO	OTROS
PETRONIO	FUGA
FAICP - TCHYMINIGAGUA / LANZAMIENTO	OTROS
FESTIVAL MÚSICA SACRA	MÚSICA SACRA
CONV. INT. EMERGENCIA CLIMÁT	ALCALDÍA
CONCIERTO KATIE JAMES	OTROS
PREMIOS IDPAC	OTROS
LA RESURRECCIÓN DE LA FE / CONCIERTO UNAL	OTROS
FAICP - TCHYMINIGAGUA	OTROS
OCTAGONAL FEMENINO/COPA NOTTINGHAM	OTROS

En cuanto a la gestión administrativa de la actividad contractual del área de Marca y Comunicaciones se presentan los siguientes aspectos positivos y posibilidades de mejora:



	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

- **Aspectos positivos:**

- ✓ Existió durante la vigencia 2023 seguimiento a las alianzas donde el Capital fue invitado a participar como aliado para la transmisión de eventos culturales y/o deportivos.
- ✓ Se elaboraron documentos que permiten tener una trazabilidad de cómo se estructuraron y ejecutaron las transmisiones y/o participaciones de Capital.
- ✓ Se tuvo respuestas positivas por parte de aliados posterior a la ejecución del acuerdo de colaboración.

- **Debilidades:**

1. El área de Marca y Comunicaciones presenta debilidad en el conocimiento técnico y administrativo de la celebración de contratos. En una primera solicitud presentada al área donde se requirió la información, en forma de base de datos, sobre los contratos celebrados de alianzas y/o acuerdos de colaboración, la respuesta presentada fue que no existían. Situación corregida con la reunión adelantada con el área jurídica y que fue previamente citada en este documento.
2. En el cuadro de alianzas remitido por el área evaluada, está controlada la información por el evento que se realiza, pero no tiene referencia al documento jurídico (Convenio o contrato) que soporta la alianza. Durante la revisión adelantada se evidenció que hubo eventos como SMARTFILMS que tiene como soporte un acuerdo de colaboración celebrado en la vigencia 2021.
3. En los eventos reportados BIME, 45 AÑOS FUNDACIÓN COLOMBIA NEGRA, PREMIOS PERIODISMO ÁLVARO GÓMEZ HURTADO, no se cumplieron los requisitos exigidos en el manual de contratación. Es decir, **no se evidenció en el expediente conformado por el área de Marca y Comunicaciones** los documentos que den cuenta del soporte que exige el numeral 7.2.3 y 7.2.5.
4. En los acuerdos de colaboración y en las alianzas revisadas, no se evidencia documentos que evidencian la gestión de riesgos contractuales asociados. Si bien se entiende que no requiere estudios previos, sí se recomienda analizar alternativas para que este tipo de acuerdos vinculantes tengan un desarrollo desde la perspectiva de la gestión del riesgo.
5. En consonancia con lo dicho sobre las funciones del área de Marca y Comunicaciones en relación con la medición de audiencias, se pudo evidenciar que el profesional de Marca y Comunicaciones fue designado en contratos con objetos y obligaciones que no tienen relación con las funciones esenciales.
 - **Contrato 071 de 2023:** GER 13 Proveer, de manera autónoma e independiente, los servicios profesionales requeridos para realizar todas las actividades relacionadas con el análisis de audiencias de contenidos de plataformas digitales y la administración de la estrategia de Inbound marketing para Canal Capital.
 - **Contrato 072 de 2023:** GER-2 Proveer, de manera autónoma e independiente, los servicios profesionales requeridos para realizar el análisis y seguimiento de la medición de audiencias y otros indicadores de impacto de los contenidos de Capital en los diversos medios de emisión.
 - **Contrato 091 de 2023:** GER-18 Proveer, de manera autónoma e independiente, los servicios requeridos para realizar las actividades de graficación de las piezas audiovisuales para las áreas de mercadeo, proyecto informativo, proyectos estratégicos y las diferentes producciones, coproducciones, eventos especiales, tejido institucional y transmisiones de Canal Capital.
 - **Contrato 111 de 2023:** GER-23 Proveer, de manera autónoma e independiente, los servicios profesionales con los equipos de grabación necesarios para la realización de las

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

piezas audiovisuales de programación, promoción, participación y circulación digital para para Eureka y Capital en todas sus plataformas.

- **Contrato 118 de 2023:** GER-8 Proveer, de manera autónoma e independiente, los servicios requeridos para realizar la producción de la estrategia de participación y las piezas audiovisuales de eureka y la franja infantil de Capital en todas sus plataformas.

En estos casos se pudo evidenciar que la descripción de la necesidad, los objetos contractuales y las obligaciones estipuladas, no están alineadas con las funciones esenciales del profesional de Marca y Comunicaciones. Se tiene que de acuerdo con lo establecido en el numeral 2.3 del manual de supervisión e interventoría, quien es designado con el rol y responsabilidad de supervisión contractual es alguien idóneo, disponible y logísticamente adecuado para el seguimiento requerido.

Tenemos entonces que se trataron de contratos que estaban dirigidos a:



- Medición de audiencias
 - Generación de piezas audiovisuales para el área de mercadeo y proyectos estratégicos.
 - Elaboración de productos y prestación de servicios dirigidos a Eureka.
6. Se presenta debilidad en la conformación de los expedientes contractuales consultados: en la publicación de los pagos en SECOP y de la gestión documental de los soportes que evidencien el cumplimiento de los contratos.
- En los contratos 523, 531, 042, 071, 072, 091, 111 y 118 se presenta debilidad en los pagos publicados en SECOP. En estos expedientes contractuales también se presenta debilidad en el archivo de los documentos soporte que reflejan el cumplimiento contractual, es decir, no reposan los informes de actividades, el certificado de cumplimiento de actividades o el certificado de cierre contractual.
7. En el contrato 190 de 2023 tuvo como supervisores al profesional especializado de producción y al profesional especializado de marca y comunicaciones, tal cual se evidencia en la cláusula octava:

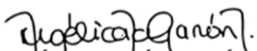
OCTAVA. -SUPERVISIÓN: CANAL CAPITAL ejercerá la supervisión del Contrato a través del **PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 2 DE PRODUCCIÓN Y DEL PROFESIONAL ESPECIALIZADO GRADO 3 PRENSA Y COMUNICACIONES** o quien haga sus veces. Esta designación supervisión podrá ser modificada por el ordenador del gasto, para lo cual bastará la comunicación dirigida al área jurídica solicitando dicha modificación.

En la revisión documental y ejecución del contrato se evidencio que la primera modificación contractual no cumplió los requisitos del manual de contratación en su numeral 5.3.³ En los documentos existentes en la carpeta, se encuentra que la primera solicitud de modificación contractual no fue suscrita por los dos supervisores designados:

³ Las modificaciones contractuales son las variaciones que puede tener un contrato durante su ejecución, las cuales no podrán consistir en cambios en el objeto contractual o desmejoramiento de las condiciones de la propuesta adjudicada. Conforme la naturaleza jurídica de CANAL CAPITAL, estas deberán ser por mutuo acuerdo.

Las modificaciones contractuales sólo pueden realizarse cuando el contrato se encuentra vigente y deben ser solicitadas por el supervisor o interventor o por una de las partes del contrato diligenciando el formato previamente establecido por CANAL CAPITAL para tal fin. Allí se indicarán de manera clara y precisa las razones o fundamentos que dieron origen a la misma, así como la justificación para realizarla.

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	


ANGÉLICA MARÍA GARZÓN MUÑOZ
Profesional especializado grado 2 de producción

Elaboró: Adriana Milena Gutiérrez Torres - Productora de Contenidos
Revisó: Tiziana Arévalo - Productora Ejecutiva

Fuente: Primera modificación contractual contrato 190 de 2023

11.7.1 Análisis de la respuesta al informe preliminar de auditoría sobre los contratos evaluadas en el numeral 11.7 / Análisis OCI:

Revisado el contenido del memorando 413 de 17 de mayo de 2024, se procede a contestar la información que reporta el área respecto a la gestión contractual realizada por el área de marca y comunicaciones.

En primer lugar, se hace la siguiente precisión sobre lo referido en el numeral 03 de debilidades:

Tabla 8. Resumen debilidades en los expedientes de las alianzas



Evento	Tipología de contrato	Solicitud escrita a jurídica Numeral 7.2.3	Visto bueno Director Operativo Numeral 7.2.5
BIME	Acuerdo de colaboración	No está en carpeta	No aplica
45 AÑOS FUNDACIÓN COLOMBIA NEGRA	Invitación a transmitir	No aplica	No está en carpeta
PREMIOS PERIODISMO ÁLVARO GÓMEZ HURTADO	Invitación a transmitir	No aplica	No está en carpeta
PETRONIO	Invitación a transmitir	No aplica	No está en carpeta

Del cuadro anterior y como se mencionó en el informe preliminar, se halló que en estos cuatro casos no hay soporte documental (en los expedientes a cargo del área de comunicaciones) de haber cumplido con los requisitos exigidos por el manual de contratación. En el evento BIME, al tratarse de un acuerdo de colaboración, no se encontró la solicitud escrita al área jurídica. En los otros tres eventos, al haber sido invitación a transmitir, no se pudo revisar en los expedientes el visto bueno del Director Operativo.

Lo anterior, no tiene como finalidad que la gestión misional de Capital se altere de manera que “*intervendría con el criterio editorial y llevaría a concluir que, para eventos como una rueda de prensa, un cubrimiento deportivo o social, deba contarse siempre con un acuerdo o carta de invitación previa, y a que el canal, lejos de contar con una pantalla dinámica, propia de su misionalidad, se convirtiera en un escenario estático, sin cubrimientos o gestión de contenidos de última hora*”⁴. Lo que se busca, es recordar que la gestión contractual de Capital está enmarcada en los lineamientos establecidos en el manual de contratación. Por lo anterior, toda actividad, acuerdo, negocio o relación comercial que establezca Capital y que tenga un contenido obligacional, debe estar conforme a las reglas de contratación de la entidad.

En reunión sostenida el día 04 de junio de 2024 con la Secretaría General de la entidad, se pudo precisar la ubicación de los documentos precontractuales del evento BIME. En correo recibido de la misma fecha se consultó el memorando 303 del 03 de mayo de 2023, suscrito por el profesional de marca y comunicaciones y dirigido al área jurídica. El asunto del memorando y el contenido del mismo, indica que el área evaluada requirió e informo al área jurídica del interés en la celebración de un acuerdo de colaboración por el cual se

⁴ Memorando 413 de 17 de mayo de 2024

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

daría la transmisión del evento BIME BOGOTÁ 2023. Debido a esta nueva información aportada, se indica que se retira del contenido de la observación toda referencia al evento BIME BOGOTÁ 2023. En el mismo sentido se evidencian soportes con la Fundación Colombia Negra, frente al evento “Premios de periodismo Álvaro Gómez Hurtado” se observa respuesta desde la Gerencia del interés de transmitir el evento. Finalmente, el evento de Petronio se dio como parte del Contrato Interadministrativo suscrito con la Fundación Gilberto Álzate (Contrato No. 133 de 2022).

Ahora, respecto al tema de la determinación de la supervisión contractual asignada al profesional de marca y comunicaciones, se avisa que no es clara la respuesta presentada por el área. En el informe preliminar se anunció que conforme lo reportado sobre las funciones y responsabilidades del profesional de marca y comunicaciones, que este no contaba con funciones esenciales relacionadas con los objetos contractuales de los contratos: 071, 072, 091, 111 y 118 de 2023.

El área argumento que: *“estas tres actividades hacen parte del ejercicio de posicionamiento y comunicación eficaz que las estrategias definidas por la Gerencia de la época suponían. Se aclara que la lectura del alcance de las funciones de un trabajador oficial no puede realizarse de manera aislada a la razón de ser del rol. Así las cosas, si el profesional en cuestión debía dar cumplimiento a las estrategias de posicionamiento de marca que se desprenden de una labor eficiente de comunicación, la medición de audiencias como acto preliminar y la elaboración de piezas audiovisuales como acto de ejecución, necesariamente se relacionan con su rol”*. Sin embargo, se reitera que la gestión del profesional de marca y comunicaciones, de acuerdo a la resolución 142 de 2023, no contaba con funciones esenciales relacionadas con: Medición de audiencias Generación de piezas audiovisuales para el área de mercadeo y proyectos estratégicos y Elaboración de productos y prestación de servicios dirigidos a Eureka.

Por lo anterior es que se reitera que la designación del profesional de marca y comunicaciones como supervisor de contratos que no tienen relación con las funciones esenciales del cargo no cumple con los criterios establecidos en el numeral 2.23. del Manual de Supervisión de Capital.

Dicho lo anterior y previendo que el área no hizo referencia al resto del contenido del numeral sobre la gestión contractual, se informa que **se ajusta** la observación en los términos presentados del informe preliminar con la precisión previamente señalada sobre el evento BIME. En ese sentido la observación quedara dirigida a las cartas de invitación de transmisión.

11.8 GESTIÓN DOCUMENTAL DEL PROCESO DE GESTIÓN DE MARCA Y COMUNICACIONES

Frente a la Gestión Documental del proceso se evidenciaron las siguientes debilidades:

1. La TRD vigente del proceso tiene las siguientes subseries documentales:

100.17 Informes
100.21 Manuales
100.24 Planes
100.25 Políticas

De conformidad con el Drive remitido donde reposan los expedientes digitales del proceso: https://drive.google.com/drive/folders/1f9k8LWJbFo4Ki02HVu3AOsK7toXrxoPD?usp=drive_link, se puede evidenciar que no se ha archivado la totalidad de información del proceso, puesto que sólo se tienen creadas carpetas para los boletines internos, externos y los comunicados internos:

Compartido conmigo > 100 GERENCIA GENER... > 2023

Tipo Personas Modificado

Nombre	Propietario	Última modificación	Tamaño de a
100_BOLETINES EXTERNOS	Alba Del Pilar Cubides Es...	18 ago 2023 Alba Del Pilar ...	—
100_COMUNICADOS INTERNO	Laura Vasquez Moreno	13 jul 2023 Laura Vasquez ...	—
100_BOLETINES INTERNOS	Alba Del Pilar Cubides Es...	17 jul 2023 Laura Uraske Bu...	—
AGRI-GD-FT-007. FUID 2023.xlsx	Gloria Esperanza Castillo...	29 dic 2023 Ingrid Torjano ...	154 kB

Compartido conmigo > 100 GERENCIA GENER... > 2024

Tipo Personas Modificado

Nombre	Propietario	Última modificación	Tamaño de a
100_BOLETINES EXTERNOS	Laura Vasquez Moreno	2 ene 2024 Laura Vasquez ...	—
100_COMUNICADOS INTERNO	Laura Vasquez Moreno	2 ene 2024 Laura Vasquez ...	—
100_BOLETINES INTERNOS	Laura Vasquez Moreno	2 ene 2024 Laura Vasquez ...	—
AGRI-GD-FT-007. FUID 2024.xlsx	Ingrid Torjano Neira	14:51 Ingrid Torjano Neira	155 kB

Fuente: <https://drive.google.com/drive/u/1/folders/1f9k8LWJbFo4Ki02HVu3AOsk7toXrxoPD>

No se han archivado de conformidad con la TRD documentos como: Los informes de medición de las campañas y medios, el manual de comunicación para la crisis, el plan estratégico de comunicaciones y la política de comunicaciones. Así mismo no se evidencia en los mismos el cumplimiento de lo señalado en la *Guía de lineamientos para el uso y almacenamiento de documentos digitales y/o electrónicos en Canal Capital*.



- Se evidencia que la TRD está desactualizada puesto que el proceso generó para el periodo evaluado documentos relacionados con las actividades de Audiencias, Autopromociones y Alianzas y esta información no ha sido archivada bajo un esquema actualizado de TRD.

Frente a las anteriores debilidades no se formula una observación teniendo en cuenta que la Oficina de Control Interno se encuentra ejecutando una auditoría al proceso de Gestión Documental y se ha identificado que se deben implementar acciones de mejora a nivel institucional, ya que, se está llevando a cabo el proceso de actualización de las TRD de Capital y la debilidad se ha presentado de manera transversal en varios procesos de la entidad.



12.OBSERVACIONES

Nº	OBSERVACIONES	ÁREA ⁵
1	DESCRIPCIÓN: Se evidenciaron documentos que no se utilizan por el área de Marca y Comunicaciones, así como documentos desactualizados, incompletos, no formalizados en el Sistema de Gestión de Capital y/o con políticas de operación y puntos de control que no se ejecutan de conformidad a como está documentado:	Marca y Comunicaciones Gerencia.



⁵ Área o áreas responsables de adelantar la formulación de la(s) acción(es) que se consideren pertinentes.

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	



Nº	OBSERVACIONES	ÁREA ⁵
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Instructivo de redacción y estilo para la intranet v3 de 2018. 2. Manual de uso digital V1 de 2019. 3. Caracterización del proceso Marca y Comunicaciones. 4. Procedimiento administración de medios y canales internos. 5. Procedimiento gestión de comunicación externa. 6. Estrategia de Marca y Comunicaciones territorio Capital. 7. Manual de uso de marcas y submarcas. 8. Documentos No Formalizados en el Sistema de Gestión de Capital relacionados con las alianzas que suscribe Capital. Nota: Esta acción de mejora estará a cargo del área que asigne la Gerencia General como responsable de hacer seguimiento a las alianzas que suscriba Capital. <p>Lo anterior de conformidad con lo indicado en los numerales 11.1.1, 11.1.2, 11.1.3, 11.1.4, 11.1.6, 11.1.7 y 11.1.8</p> <p>CRITERIO DE AUDITORÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ley 87 de 1993 "Por la cual se establecen normas para el ejercicio del control interno en las entidades y organismos del estado y se dictan otras disposiciones" • Manual para el control de documentos institucionales V6 • Resolución No. 142 DE 2023 "Por la cual se modifica el Manual Específico de Funciones y Competencias Laborales de la Planta de Canal Capital" • Resolución Interna 164 de 2023 "Por la cual se adopta el mapa de procesos de Canal Capital, se deroga la Resolución 073 de 2022, y se dictan otras disposiciones" 	
2	<p>DESCRIPCIÓN: Fallas en las verificaciones realizadas por la segunda línea de defensa (Planeación) respecto a:</p> <ol style="list-style-type: none"> a. Debilidades en la verificación y aprobación de documentos por parte de la segunda línea de defensa (Planeación) al aprobar documentos que no cumplen con lo establecido en los lineamientos internos de Capital. <ul style="list-style-type: none"> - Procedimiento administración de medios y canales internos. - Estrategia de Marca y Comunicaciones territorio capital. b. Debilidades en la verificación de soportes y retroalimentación al proceso de Gestión de Marca y Comunicaciones respecto a la coherencia de los reportes de los realizados en los indicadores formulados en plan de acción institucional de la vigencia 2023. <p>Lo anterior de conformidad con lo indicado en los numerales 11.1.3, 11.1.7, y 11.4</p> <p>CRITERIO DE AUDITORÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Manual para el control de documentos institucionales V6 • Manual Metodológico para la Administración del Riesgo de Capital V6 • Manual del sistema de medición y seguimiento V2 	Planeación

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

Nº	OBSERVACIONES	ÁREA ⁵
3	<p>DESCRIPCIÓN: Debilidades en el Manual de Comunicación para la Crisis, Manual de Uso de Marcas y Submarcas y Manual de uso de Marca de la Alcaldía de Bogotá, respecto a:</p> <ol style="list-style-type: none"> Falta de consulta a las áreas de Capital en la actualización del Manual de Comunicación para la Crisis, debido al conocimiento técnico requerido para identificar las posibles situaciones de Crisis. Falta de capacitación a los colaboradores de Capital sobre el uso del Manual de Comunicación para la Crisis y del Manual de uso de Marcas y Submarcas. Falta de remisión a los Aliados de Capital del Manual de Uso de Marcas y Submarcas. Falta de lineamientos internos sobre la manera en que los colaboradores deben hacer uso y aplicación del Manual de Marca de la Alcaldía de Bogotá. <p>Lo anterior de conformidad con lo indicado en los numerales 11.1.5, 11.1.6 y 11.2</p> <p>CRITERIO DE AUDITORÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> Manual de Comunicación para la Crisis V5 Manual de Uso de Marcas y Submarcas V1 	Marca y Comunicaciones
4	<p>DESCRIPCIÓN: Debilidades en los riesgos e indicadores del proceso de Gestión de Marca y Comunicaciones respecto a:</p> <ol style="list-style-type: none"> Debilidades en la identificación del riesgo de gestión del proceso, así como en el control formulado para la vigencia 2024 al no cumplir con los lineamientos de la Guía para la administración del riesgo V6 Debilidades en la redacción del riesgo de corrupción del proceso, incoherencia entre el control y el plan de tratamiento formulado para la vigencia 2024. Debilidades en la gestión, medición, seguimiento y reporte de los indicadores por parte del área de Marca y Comunicaciones. <p>Lo anterior de conformidad con lo indicado en los numerales 11.3.1, 11.3.2 y 11.4</p> <p>CRITERIO DE AUDITORÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> Guía para la Administración del Riesgo y el diseño de controles en entidades públicas Versión 6. Manual metodológico para la administración del riesgo de Capital V6 Manual de medición y seguimiento V2 	Marca y Comunicaciones
5	<p>DESCRIPCIÓN: Ausencia de documentación en el sistema de gestión del Canal, al eliminarse y no trasladarse oportunamente al proceso de Marca y Comunicaciones los documentos relacionados con Autopromociones.</p>	Producción

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	



Nº	OBSERVACIONES	ÁREA ⁵
	<p>Nota: Se debe tener en cuenta que de conformidad con la reasignación de actividades para la vigencia 2024, el área de Producción debe revisar, ajustar e incluir nuevamente la información y documentación relacionada con Autopromociones en su documentación.</p> <p>Lo anterior, de conformidad con lo indicado en el numeral. 11.3.3</p> <p>CRITERIO DE AUDITORÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> Guía para la Administración del Riesgo y el diseño de controles en entidades públicas Versión 6. Política de administración del riesgo de Capital V8 	
6	<p>DESCRIPCIÓN: Oportunidades de mejora respecto a las Alianzas suscritas por Capital a través de las cartas de intención:</p> <ol style="list-style-type: none"> Se evidencia una oportunidad de mejora frente a sensibilizar a los encargados de suscribir alianzas bien sea a través de la modalidad de: Alianza, Carta de intención, Acuerdo de Colaboración o Convenio Interadministrativo de los controles establecidos para estas modalidades en el Manual de contratación, así como socializar los alcances permitidos por Capital para hacer una alianza a través de una carta de intención. Necesidad de establecer un formato estandarizado que defina unos lineamientos mínimos que debe tener la respuesta de Capital a una carta de intención. <p>Lo anterior de conformidad con lo indicado en el numeral 11.5</p> <p>Nota: Se debe tener en cuenta que de conformidad con la reasignación de actividades para la vigencia 2024, la capacitación a los encargados de alianzas se realizará a los colaboradores que defina la Gerencia.</p> <p>CRITERIO DE AUDITORÍA:</p> <ul style="list-style-type: none"> Protocolo de Alianzas 2023 Manual de Contratación de Capital V12 	Jurídica Gerencia
7	<p>DESCRIPCIÓN: Debilidades en los soportes de actualización del Manual de funciones del profesional especializado de Marca y Comunicaciones, respecto a:</p> <ol style="list-style-type: none"> Debilidades en la segunda línea de defensa (Recursos Humanos) al no establecer un lineamiento en Capital sobre los pasos que se deben seguir y los controles que deben ejecutarse al realizar la actualización del Manual de Funciones. Se evidenció falta de soportes en el cambio de las funciones proyectadas y aprobadas inicialmente por la Gerente y las que finalmente se establecieron en la Res 142 de 2023; así como que el considerando de la Resolución no incluye todos los antecedentes que soportan el cambio de funciones. Posibilidad de mejora institucional para que se documente el paso a paso, controles y responsables en la gestión administrativa de las Resoluciones emitidas por la entidad. Nota: Para este punto de la observación ya hay una acción en plan de mejoramiento, por lo tanto, no debe suscribirse una nueva acción. <p>Lo anterior de conformidad con lo indicado en el numeral 11.6</p>	Recursos Humanos. Jurídica

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

Nº	OBSERVACIONES	ÁREA ⁵
	CRITERIO DE AUDITORÍA: <ul style="list-style-type: none"> Resolución Interna 142 de 2023 "Por la cual se modifica el Manual Específico de Funciones y Competencias Laborales de la Planta de Canal Capital" Resolución 12 de 2022 "Por medio de la cual se compila y modifica el Manual Específico de Funciones y Competencias de la Planta de Canal Capital" 	
8	DESCRIPCIÓN: Debilidad en la actividad administrativa y gestión contractual del área evaluada debido a que se encontraron oportunidades de mejora en los siguientes ítems: <ul style="list-style-type: none"> a. Determinación de la supervisión contractual al tener objetos y obligaciones contractuales por fuera de las funciones esenciales del cargo del supervisor. b. Conformación de los expedientes contractuales y de la gestión documental de las carpetas contractuales de las alianzas. c. En la falta de publicación de los pagos contractuales en SECOP, lo que no permite aal ciudadano o entes externos verificar la ejecución del contrato. Lo anterior de conformidad con lo indicado en el numeral 11.7 CRITERIO DE AUDITORÍA: <ul style="list-style-type: none"> Manual de contratación V11 Manual de supervisión e interventoría V1 	a. Jurídica b. Marca y Comunicaciones c. Financiera
9	DESCRIPCIÓN: Debilidad en gestión documental de las cartas de intensión para la transmisión de eventos toda vez que no se evidenciaron los documentos soporte de los requisitos exigidos por el manual de contratación. (En los expedientes compartidos por el área de Comunicaciones) Lo anterior de conformidad con lo indicado en el numeral 11.7 CRITERIO DE AUDITORÍA: <ul style="list-style-type: none"> Manual de contratación V11 	Marca y Comunicaciones Gerencia General
9	TOTAL	

11 CONCLUSIONES



- ✓ Se dio cumplimiento al objetivo de la auditoría respecto a poder verificar el cumplimiento de las actividades asociadas a la planeación, ejecución y control del proceso Gestión de Marca y Comunicaciones. No se presentaron limitaciones durante la ejecución de la auditoría.
- ✓ El proceso de Gestión de Marca y Comunicaciones tuvo cambios significativos respecto a las funciones que ejecutó durante la vigencia 2023, sin embargo, no se documentó y/o actualizó la totalidad de documentos del proceso lo que ocasiono la materialización de un riesgo de vacío de información y documentación institucional.
- ✓ Los documentos vigentes del proceso de Gestión de la Comunicación Estratégica, y que continuarán a su cargo durante la vigencia 2024, de conformidad con la reasignación de actividades por parte de la Gerencia General son susceptibles de mejora.

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

- ✓ Es necesario que en la elaboración de documentos que requieran del aporte de otras áreas de la entidad, se consulten y se solicite su participación en la construcción de estos.
- ✓ Se requiere una mayor socialización y capacitación respecto al uso de los manuales actualizados y/o creados por el proceso de Gestión de Marca y Comunicaciones que son de aplicación institucional y para usuarios externos.
- ✓ Los riesgos identificados de gestión y corrupción, así como controles y planes de tratamientos presentan oportunidades de mejora e inconsistencias que deben corregirse.
- ✓ Los indicadores de gestión y su medición, seguimiento, análisis y resultados presentan oportunidades de mejora
- ✓ No se han dado lineamientos en Capital respecto a aplicar lo dispuesto en el "*Manual de Uso de Marca Ciudad Bogotá*"
- ✓ Se evidencia la necesidad de realizar capacitaciones por parte del área jurídica sobre el alcance de las cartas de intención que llegan a Capital para suscribir una alianza y los controles establecidos en el Manual de Contratación.
- ✓ Se evidencia una posible mejora en la gestión contractual y administrativa de los acuerdos de colaboración y de las invitaciones a transmitir eventos culturales y deportivos.
- ✓ Se presentan debilidades en la gestión documental de los contratos celebrados y ejecutados por las áreas de Capital. De igual manera se sigue presentando debilidad en la publicación de los pagos en SECOP.
- ✓ Se presentan debilidades en las funciones de asesoría y verificación de segunda línea realizadas por parte de las áreas de Planeación y Recursos Humanos.
- ✓ Debido a la reasignación de funciones que se ha realizado por parte de la Gerencia General para la vigencia 2024 es necesario realizar una revisión integral de los documentos del Sistema Integrado de Gestión de las áreas responsables, verificando si es necesario actualizar y formalizar lineamientos institucionales.

12 RECOMENDACIONES

- ✓ Realizar una revisión integral de todos los documentos que actualmente se encuentran vigentes en el sistema de Gestión de Capital a cargo del área de Marca y Comunicaciones, verificando que lo establecido en los lineamientos obedezca a actividades que efectivamente están a cargo del área, y estableciendo políticas de operación y puntos de control que efectivamente se realicen y cuya ejecución este soportada documentalmente. Adicionalmente se requiere eliminar y/o trasladar aquellos documentos obsoletos o que la responsabilidad de ejecutarlo esté a cargo de otra área.
- ✓ Es importante que se realicen espacios de capacitación (no sólo de publicación) de los lineamientos elaborados por el área de Marca y Comunicaciones y los cuáles deben ser aplicados a nivel institucional como es el caso del Manual de Comunicación para la Crisis, el Manual de Uso de Marcas y Submarcas y el Manual de uso de la marca ciudad Bogotá.
- ✓ Debido al cambio de responsable de actividades que se han realizado por la actual administración, es importante que se trasladen de manera oportuna a los procesos a los que haya lugar los documentos del sistema de gestión, para evitar que existan vacíos de regulación institucional.
- ✓ El área de Marca y Comunicaciones como primera línea de defensa debe revisar y actualizar los riesgos identificados para la vigencia 2024 tanto de gestión como de corrupción, pues estos presentan debilidades en su redacción, y en las actividades de control formuladas, se recomienda que atienda las solicitudes de acompañamiento realizadas por el área de Planeación y realice los ajustes que sean indicados.
- ✓ Se recomienda al área de Marca y Comunicaciones como primera línea de defensa establecer controles al interior del equipo para reportar de manera adecuada el resultado de los indicadores formulados por el proceso.

	INFORME DE AUDITORÍA	CÓDIGO: CCSE-FT-016	 ALCALDÍA MAYOR DE BOGOTÁ D.C.
		VERSIÓN: 9	
		FECHA DE APROBACIÓN: 17/01/2024	
		RESPONSABLE: CONTROL INTERNO	

- ✓ Es importante capacitar a los colaboradores encargados de realizar alianzas a través de las diferentes modalidades establecidas por Capital sobre los controles y alcances establecidos en el Manual de Contratación de la entidad.
- ✓ De igual manera es necesario fortalecer el conocimiento del área de marca y comunicaciones en todo lo relacionado con la gestión contractual de la entidad. Esto incluye los deberes y responsabilidades en cada etapa del proceso de contratación y los deberes y responsabilidades que surgen del rol de supervisor contractual.
- ✓ Es importante que se establezcan unos lineamientos mínimos de los controles que se deben ejecutar para llevar a cabo la actualización del Manual de funciones de Capital para evitar que se pierda la trazabilidad de las probaciones realizadas por las diferentes instancias a las que haya lugar.
- ✓ Se requiere sensibilizar a los colaboradores del área de Marca y Comunicaciones sobre la conformación de los expedientes de las alianzas que se suscriben bajo la modalidad de carta de intención.
- ✓ Se recomienda se analice, revise y verifique la pertinencia del documento PROTOCOLO DE ALIANZAS frente al manual de contratación y el procedimiento AGJC-CN-PD-010 contratación directa persona jurídica.
- ✓ Es importante que se analice la implementación de un sistema de información institucional que permita realizar el reporte y seguimiento de temas estratégicos como los indicadores y la gestión de riesgos.
- ✓ Teniendo en cuenta la reasignación de funciones para la vigencia 2024, se recomienda al área de Recursos Humanos verificar y asesorar a la Gerencia frente a la necesidad de revisar y actualizar el Manual de Funciones de la entidad.

Revisó y aprobó:



Jefe Oficina de Control Interno

Preparó: Diana del Pilar Romero - Contrato 254 de 2024
Henry Guillermo Beltrán - Contrato 253 de 2024

Auditores: Diana del Pilar Romero - Contrato 254 de 2024
Henry Guillermo Beltrán - Contrato 253 de 2024

El presente informe de seguimiento requiere de la formulación de acciones de mejora Si (X) No (), en caso de ser afirmativo usted cuenta con diez (10) días hábiles contados a partir del recibo del presente informe para formular el Plan de Mejoramiento resultado de las nuevas (9) observaciones encontradas en la auditoría, empleando para ello el formato CCSE-FT-001 Formulación Plan de Mejoramiento, remitirlo a Control Interno para su validación, aprobación e incorporación de las acciones en la Matriz de Seguimiento del Plan de Mejoramiento [CCSE-FT-019].