



AUDITORÍA SUVIP – GESTIÓN DE COMUNICACIONES INFORME No. 025 DE 2016

I. OBJETIVO GENERAL.

La Oficina de Control Interno de la Caja Promotora Vivienda Militar y de Policía, en desarrollo de sus funciones constitucionales y legales, en cumplimiento del Programa de Auditoría aprobado por el Comité de Auditoría año 2016, adelantará una auditoría a los controles y actividades del proceso de Gestión de Comunicaciones, en concordancia a lo establecido en la Circular Externa No. 014 de 2009, modificada por la Circular Externa No 038 de 2009, de la Superintendencia Financiera de Colombia.

II. ALCANCE.

La Oficina de Control Interno realizará un seguimiento a los riesgos y controles descritos en la matriz de riesgos por el área de Comunicaciones, teniendo en cuenta la normatividad externa, C.E. 38 de 2009 de la SFC, y la normativa interna (procedimientos y caracterización del proceso). A través del entendimiento del proceso, haciendo seguimiento a la trazabilidad y verificación de cifras e iniciativas expuestas. Lo anterior a fin de poder evidenciar aspectos relevantes y planes de mejora en el Proceso de Gestión de Comunicaciones y demás aspectos que se identifiquen; este análisis se realizará con fecha de corte al 30 de junio de 2016.

III. FUENTES DE INFORMACIÓN

- Manual de Comunicaciones, versión No. 010 con fecha de aprobación del 2015.
- Decreto No. 1900 de 2013 del Ministerio de Defensa Nacional, por el cual se modifica la estructura de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía, en la cual se determina las funciones de sus dependencias y se dictan otras disposiciones.
- Resolución No. 159 del 31 de marzo de 2016, por el cual se establece la estructura, funciones y siglas de las áreas y grupos internos de trabajo de la Caja Promotora de Vivienda y de Policía y se dictan otras disposiciones.
- Plan anual del área de comunicaciones correspondiente al año 2016.
- Soportes de la administración del portal WEB y la Intranet de la Entidad durante el año 2015 y el primer semestre del año 2016.

02 SEP 2016
H. H. C.
4:05 pm

- Informes de la ejecución, información y comunicados de las oficinas enlace de las Fuerzas Militares para el apoyo y cumplimiento de las metas estratégicas de vivienda para el primer semestre del año 2016.
- Desarrollo y seguimiento de las redes sociales, encaminadas en fomentar la participación de los afiliados durante el primer semestre del año 2016.
- Estrategia de divulgación de los modelos de atención de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía año 2016.
- Programas de comunicación a los empleados nuevos y antiguos, las cuales contienen el eslogan, su uso y el alcance que se pretende conseguir por parte de la entidad.
- Material promocional utilizado por el área de comunicaciones y diferentes áreas de la entidad (volantes, afiches, pendones, almanaques, libretas y carpetas), correspondiente al año 2016.
- Soportes referentes a la participación de la entidad en los servicios al ciudadano por parte del Departamento Nacional de Planeación (DPN), para el año 2016.

IV. MARCO LEGAL

Dentro de la evaluación al marco legal, la Oficina de Control Interno realizará una lectura a la normatividad descrita por la Superintendencia Financiera de Colombia y la Constitución Política de Colombia entre otros.

Normatividad Externa:

- Ley 87 de 1993 "Por la cual se establecen las normas para el ejercicio del Control Interno en las Entidades y Organismos del Estado y se dictan otras disposiciones".
- Circular Externa No. 52 de 2007 de la Superintendencia Financiera de Colombia. "Requerimientos mínimos de seguridad y calidad en el manejo de la información a través de medios y canales de distribución de productos y servicios para el cliente y usuarios".
- Ley 1266 del 30 de diciembre de 2008 "Por medio de la cual se dictan las disposiciones generales del habeas data y se regula el manejo de la información contenidas en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial de servicios y la proveniente de terceros países y se dictan otras disposiciones".

- Ley 1273 del 5 de enero de 2009 "Por medio del cual se modifica el Código Penal y se crea un nuevo bien jurídico tutelado denominado - De la Protección de la Información y de los datos - y se preservan íntegramente los sistemas que utilicen las tecnologías de la información y las comunicaciones, entre otras disposiciones".

Normatividad Interna

- Resolución No. 159 del 31 de marzo de 2016, por el cual se establece la estructura, funciones y siglas de las áreas y grupos internos de trabajo de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía y se dictan otras disposiciones.
- Resolución No. 261 del 19 de mayo de 2016, por la cual se crea y organiza el comité editorial de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía.

V. METODOLOGÍA

En cumplimiento de las Normas de Auditoria Generalmente Aceptadas (NAGA), se llevaran a cabo actividades correspondientes a pruebas de carácter aleatorio tales como:

- Entendimiento y análisis del plan de acción a desarrollar por parte del proceso Gestión de Comunicaciones año 2016.
- Verificación del presupuesto asignado para la ejecución por parte del área de Comunicaciones.
- Validación de los indicadores que miden el cumplimiento de las metas e iniciativas estratégicas del proceso.
- Análisis de los riesgos identificados para el proceso de Gestión de Comunicaciones y la efectividad de los controles.
- Evaluación de los listados y/o registros de los afiliados que utilizan los medios de comunicación para conocer los proyectos de vivienda y modelos utilizados por la Entidad.
- Verificación en el cumplimiento de los procedimientos realizados por el área en la gestión de los medios de comunicación (intranet, página web y redes sociales).
- Evaluación y verificación de la participación por parte de la Entidad en las actividades suscritas por la Participación Ciudadana.

- Verificación de los estudios de mercado sobre las tendencias y gustos de los afiliados respecto a los servicios que presta La Caja Promotora de Vivienda y las ofertas inmobiliarias.
- Validación de los mecanismos de distribución de impresos y material informativo.
- Valuación de los mecanismos de monitoreo radio, prensa, Teléfono, pagina web y redes sociales.
- Verificación de los estudios por parte del área de Comunicaciones, los cuales están encaminados a la evaluación del impacto en las campañas emprendidas por la Entidad.
- Verificación de las estrategias de impacto en las Redes Sociales.

VI. RESULTADOS DE LA EVALUACIÓN

Aplicación de Normas

Dentro de la normatividad interna y externa aplicable al área de Comunicaciones en relación a sus procesos, la cual está expuesta por los entes de vigilancia y control y la alta Gerencia, la Oficina de Control Interno realizó una verificación de la misma, a fin de poder identificar el cumplimiento y su implementación dentro del el manual.

Entre la normatividad externa se evidencia la ley estatutaria No. 1266 del 31 de diciembre de 2008, por la cual se dictan disposiciones generales correspondiente al habeas data y se regula el manejo de la información contenida en bases de datos personales, en especial la financiera, crediticia, comercial, de servicios y la proveniente de terceros; se dictan otras disposiciones.

Dentro del Manual de Comunicaciones se evidencia el decálogo de principios de la comunicación pública en el sector defensa. En el cual se resalta la veracidad, oportunidad, precisión, coordinación, claridad, verificación, credibilidad, responsabilidad, eficacia y transparencia de la información. Los anteriores principios, señalan directamente los lineamientos descritos en la ley para el aseguramiento y divulgación de la información susceptible.

En la normatividad descrita por la Superintendencia Financiera de Colombia, se describen los requerimientos mínimos de seguridad y calidad en el manejo de la información a través de medios y canales de distribución de productos y servicios para los clientes y usuarios, la Oficina de Control Interno realizó una verificación de la aplicación de la norma dentro de la Entidad.

En el Manual de Comunicaciones se definen en su capítulo V, las partes interesadas la cual se encuentra dividida en dos categorías (Información Primaria e Información Secundaria), los cuales se encuentran alineados bajo el modelo estándar de Control Interno MECI. Así

mismo, en el capítulo XII – "*Comunicación de Cara a los Afiliados*" se resaltan las comunicaciones que maneja la Entidad sobre los beneficios y servicios que brinda, estas comunicaciones tienen canales específicos como son los medios institucionales y se apoyan en los medios de las Fuerzas Militares y de Policía Nacional.

Como normatividad interna el área de Comunicaciones en sus procesos SUVIP – Gestión de Comunicación se basa en las resoluciones No. 159 del 31 de marzo de 2016 y 261 del 19 de mayo de 2016, en las cuales se establece la estructura, funciones y siglas de las áreas y grupos internos y la creación del comité editorial de la Caja Promotora de Vivienda Militar.

La OFCIN realizó una descripción de las funciones del área de Comunicaciones siendo las más relevantes:

- Formular y desarrollar el plan de comunicaciones de la Entidad, a través de los diferentes canales interinstitucionales, internos, externos o de comunicaciones.
- Proponer, implementar y desarrollar estrategias, acciones y mecanismos de promoción, divulgación e información de los productos y servicios de la entidad para el afiliado, a través de los medios de comunicación institucionales, públicos y/o privados.
- Desarrollar estrategias de impacto en redes sociales para fomentar la información de los afiliados.
- Ejecutar las políticas de comunicación interna y externa, formuladas por la alta Gerencia.
- Diseñar, mantener y actualizar la página web y otras herramientas de la Entidad con el propósito de dar a conocer los diferentes modelos y proyectos de solución de vivienda.
- Convocar y coordinar el Comité Editorial para definir los lineamientos en la publicación de los impresos de la Entidad.

La revisión por parte de la Oficina de Control Interno de las funciones del área de comunicaciones se verificara en el transcurso de la auditoría programada.

Por resolución No. 261 del 19 de mayo de 2016, emitida por la Gerencia General, se creó el Comité Editorial de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía, el cual se encuentra integrado por los siguientes funcionarios los cuales actúan con voz y voto. **Ver Imagen No. 01.**

Por la cual se organiza el Comité Editorial de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía

- a) Subgerente de Vivienda y Proyectos, quien lo presidirá.
- b) Jefe Área de Técnica de Vivienda y Proyectos.
- c) Jefe Área de Comunicaciones.
- d) Jefe Área Sistema de Atención a Consumidor Financiero
- e) Líder Grupo de Divulgación y Promoción.
- f) Líder Grupo de Mercadeo
- g) Líder Grupo Planeación y Evaluación de Proyectos
- h) Líder Grupo de Supervisión de Proyectos
- i) Líder Grupo de Fondo de Solidaridad
- j) Periodistas del Área de Comunicaciones
- k) Diseñadores Gráficos Área de Comunicaciones
- l) Web master Área de Comunicaciones
- m) Asistencial Área de Comunicaciones

Imagen No. 01 – Tomada de la Resolución No. 261 del 19 de mayo de 2016, por la cual se organiza el Comité Editorial de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía.

Dentro de las funciones descritas para el comité Editorial se tienen designados los siguientes:

- Presentar temas a desarrollar en las ediciones de la revista Notivivienda y boletín interno, evaluarlos y definirlos de acuerdo a las políticas de edición.
- Establecer cronograma de actividades para asegurar un adecuado seguimiento a los impresos revisados y así cumplir con los tiempos de impresión de acuerdo al plan de Comunicaciones.
- Establecer el número de proyectos inmobiliarios que se deben promocionar en la revista Notivivienda.
- Realizar control de calidad sobre el material publicado.
- Fijar las políticas generales relacionadas con los procesos editoriales, como solicitud de publicaciones, legalización, edición, corrección de estilo, diseño, gráfico, producción, distribución, divulgación y promoción.
- Informar al Gerente General de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía sobre los asuntos tratados en el Comité para su respectiva aprobación.
- Se realizarán sesiones por parte del comité por lo menos cada tres (3) meses de manera ordinaria y de forma extraordinaria cada vez que las circunstancias lo ameritan.

La revisión en el cumplimiento de las obligaciones por parte del Comité Editorial, se evaluará en la auditoría al proceso Gestión de Comunicación por parte de la OFCIN.

ASPECTOS RELEVANTES

Dentro de la caracterización del proceso el Área de Comunicaciones define su objetivo, el cual está encaminada a fortalecer la imagen institucional a través de estrategias que

permitan garantizar la difusión de productos y servicios a los grupos de interés como aporte al cumplimiento de los objetivos institucionales.

El alcance del objetivo se inicia con la participación en la formulación de estrategias institucionales en materia de comunicación, para su posterior ejecución y finaliza con la difusión de la información a los afiliados y beneficiarios a través de los canales de comunicación.

PLAN DE COMUNICACIONES

Dentro de las funciones adscritas al Área de Comunicaciones en la resolución No. 159 del 31 de marzo de 2016, gestiona el desarrollar el Plan de Comunicaciones de la Entidad, a través de los diferentes canales institucionales, internos, externos o de comunicación masiva.

Realizada la revisión por parte de la OFCIN, se evidencia el plan de comunicaciones 2016, en el cual se describen los propósitos más importantes para el área, según informe el objetivo es fortalecer sus procesos comunicativos para incrementar la credibilidad entre sus diferentes públicos y obtener su apoyo irrestricto en la búsqueda del cumplimiento de la misión institucional. Este propósito pretende impactar, conocer y acercarse al público interno y externo de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía.

Dentro del plan de comunicaciones el área describe los objetivos generales de comunicaciones, los cuales buscan fortalecer la imagen institucional a través de estrategias que permitan garantizar la difusión y promoción de productos y servicios a los grupos de interés. Dentro de los cuales están:

- Promover y difundir los servicios y productos que ofrece la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía a los afiliados.
- Contribuir al cumplimiento de las metas estratégicas de vivienda, incentivado a los afiliados para que accedan a una vivienda propia a través de los modelos de atención que ofrece la Entidad.
- Contribuir al posicionamiento de la Caja como entidad que aporta al cumplimiento de las metas del Gobierno Nacional en materia de vivienda con transparencia en su gestión.
- Posicionar la imagen de Caja Honor entre los diferentes públicos de la institución.
- Dar a conocer la labor de Responsabilidad Social Empresarial y Compromiso de la institución con los héroes.

Dentro de las diferentes actividades descritas en el plan de comunicaciones se evidencia el plan de comunicación externa, la cual está conformada por vallas, publicaciones institucionales, portal web, redes sociales, TIC'S, manejo de pautas publicitarias en medios de comunicación de las Fuerzas y pautas radiales.



La Oficina de Control Interno realizó una verificación del plan anual de comunicaciones 2016, el cual fue presentado por la Coronel, Ing. Civil Jhon Italo Camberos Díaz – Subgerente de Vivienda y Proyectos y aprobado por el Comité Editorial. La ejecución del mismo se evaluará dentro de la auditoría al proceso Gestión de Comunicaciones.

Teniendo en cuenta el objetivo y el alcance del Área de Comunicación los cuales se encuentran encaminados a la difusión de productos y servicios, la difusión asertiva de la información a los afiliados y beneficiarios a través de los canales de comunicación. La Oficina de Control Interno, realizó una evaluación de las comunicaciones de cara a los afiliados.

MANUAL DE COMUNICACIONES

En el Manual de Comunicaciones, en su numeral XII – Comunicaciones de Cara a los Afiliados, en el cual se describen los beneficios y servicios que brinda, los modelos de solución de vivienda y trámites a seguir, también se les brinda información sobre la gestión institucional. Los canales de comunicación utilizados por la Entidad son los medios institucionales y se apoyan en los medios de las Fuerzas Militares y de Policía Nacional.

En los cuales se desarrollan campañas publicitarias, comunicados, artículos, los cuales son divulgados en los diferentes medios. La OFCIN realizó la verificación de la información publicada en los medios institucionales los cuales se encuentren actualizados al 30 de julio de 2016.

Para los medios institucionales, la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía cuenta con los siguientes medios:

- **Revista Trimestral Notivivienda**

Dentro de la documentación suministrada por los funcionarios del Área de Comunicaciones, se evidencia la guía para la elaboración de la revista Notivivienda, lo anterior con el fin de que su promoción y divulgación sea efectiva.

La OFCIN, realizó una evaluación de la guía para la elaboración de la revista procediendo a verificar la oportuna publicación (la cual debe ser de manera trimestral), sus lineamientos de ejecución, alcance, documentos y recursos relacionados, su distribución y medición de impacto.

Teniendo en cuenta que a la fecha de la auditoría se encuentra publicada la edición No. 54, la cual corresponde al II trimestre (abril a junio), del año 2016 se realizó la evaluación de los lineamientos descritos en la guía de la siguiente manera:

Lineamientos de Ejecución	Si	No	Observación
Requerimientos de la Gerencia General	OK		En la página No. 04 "editorial", se evidencia los requerimientos de la Gerencia General,
Número de proyectos a promocionar	OK		En las páginas No. 14 a la 22, se encuentran a disposición los proyectos a promocionar en las diferentes ciudades.
Tema central elegido por el comité editorial	OK		Se realiza la revisión del acta No. 02 por parte del Comité Editorial del año 2016, en los cuales

Lineamientos de Ejecución	Si	No	Observación
			se identificaron cuatro (4) artículos como temas principales elegidos. Los mismos se encuentran inmersos en las páginas No. 10, 12, 14 y 48 de la revista NOTIVIVIENDA.
Los artículos periodísticos no mayores a dos cuartillas	OK		Se evidencia el artículo periodístico realizado al general Jorge Hernando Nieto Rojas, el cual no supera las dos cuartillas designadas Pág. No. 10
Proyecto nuevos de Vivienda inscritos ante la Entidad con foto y características técnicas	OK		Los proyectos ofertados en la revista se encuentran con fotos y las dimensiones como las características de cada uno de los inmuebles.
Espacio para el Fondo de Solidaridad	OK		En la página No. 50, se evidencia un espacio para el Fondo de Solidaridad designado como "HEROES", en el cual se pone a consideración los proyectos de vivienda asociados a diferentes ciudades.
Pautas publicitarias	NA	NA	Por disposición de la Gerencia General, se solicita detener las pautas publicitarias preferidas por algunas constructoras debido a que se encuentra en análisis el costo o beneficio de las mismas.
Apartado de entretenimiento (sopa de letras, crucigrama o sudoku)		NO	Realizada la verificación de la revista no se evidencian apartados de entretenimiento tales como sopas de letra, crucigramas o sudoku para generar la interacción con los afiliados.

Oportunidad de Mejora No. 01

Realizada la revisión de los lineamientos de ejecución para la publicación de la revista "NOTIVIVIENDA", descritos en la guía de elaboración, la OFCIN evidencia el cumplimiento en los mismos. Sin embargo, en la edición No. 54 no se identificaron contenidos o apartados de entretenimiento tales como sopas de letras, crucigramas o sudoku, los cuales están encaminados a generar una interacción con los afiliados. Si bien, dentro de la revista se evidencia la historieta de "Capitán Honor", la misma no se refleja dentro de la guía como un aparte de entretenimiento a los afiliados. Esta situación genera un incumplimiento con los lineamientos descritos y aprobados por la Gerencia General en la Guía **"Elaboración Revista Notivivienda"**.

Se sugiere, que el Área de Comunicaciones aplique o actualice lo establecido en la guía para la elaboración de la revista "NOTIVIVIENDA", teniendo en cuenta que el objetivo general de la misma es dar los lineamientos para el desarrollo de la revista, lo anterior con el fin de cumplir con la regulación interna.

Los artículos contenidos en la revista NOTIVIVIENDA, expuestos en la edición No. 54 (abril a junio), fueron informados y discutido por el Comité Editorial del año 2016 No. 02 con fecha del 06/04/2016. **Ver Imagen No. 02**

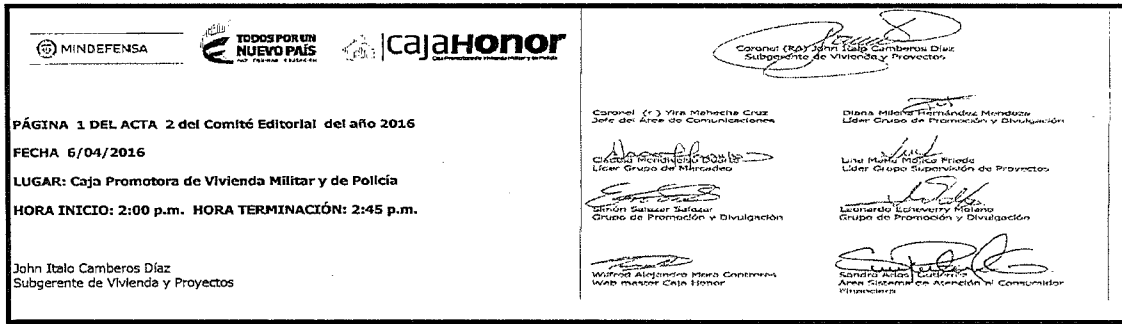


Imagen No. 02 – Tomada del Acta, Comité Editorial Emisión NOTIVIVIENDA No. 54

Realizada la revisión del acta y el Comité Editorial del año 2016, se evidencia el involucramiento de las dependencias que intervienen en el proceso de elaboración de la revista, Gerencia General, Subgerencia Atención del Afiliado, Promoción y Divulgación, Mercadeo, Web Master Caja Honor, entre otras.

Para el desarrollo de la revista, la guía genera diferentes aspectos los cuales tienen como objetivo promocionar los proyectos de vivienda registrados ante la entidad para promoverlos entre los afiliados. La Oficina de Control Interno realizó una verificación del cumplimiento de los mismos sin identificar desviaciones o inconsistencias significativas.

La publicación y distribución es generada por el área de Comunicaciones a los diferentes puntos de atención y las oficinas enlaces, lo anterior permite que los afiliados que visiten las oficinas puedan obtener un conocimiento de los proyectos de vivienda suscritos, de igual manera en la página web de la Entidad, en la sección sala de prensa se encuentra el link "Revista", donde los usuarios pueden mirar de una manera más ágil (sin necesidad de trasladarse a la Entidad), los artículos, proyectos de vivienda que ofrece la entidad y las ofertas propuestas por el Fondo de Solidaridad (héroes). **Ver Imagen No. 03**



Imagen No. 03 – Tomada de la página web, <https://www.cajahonor.gov.co/Paginas/default.aspx> Ediciones más recientes, Revista NOTIVIVIENDA

Oportunidad de Mejora No. 02

Dentro de la herramienta ISOLUCIÓN, el proceso Gestión de Comunicaciones tiene como tipo de documento la publicación de la revista "NOTIVIVIENDA", con código LMD-CO-NA-PU-001 con fecha de aprobación y creación del 06 de junio del 2016, para la consulta y conocimiento de los funcionarios y contratistas de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía. Sin embargo, el mismo presenta errores los cuales impiden la visualización de la revista en el listado maestro de documentos propuesto por el Área de Comunicaciones.

Se recomienda al Área de Comunicaciones y al Grupo de Promoción y Divulgación, realizar una verificación de todo el listado maestro de documentos a fin de poder identificar los errores del caso y comunicarlos al Área responsable para su reparación y efectivo funcionamiento. **Ver Imagen No. 04**

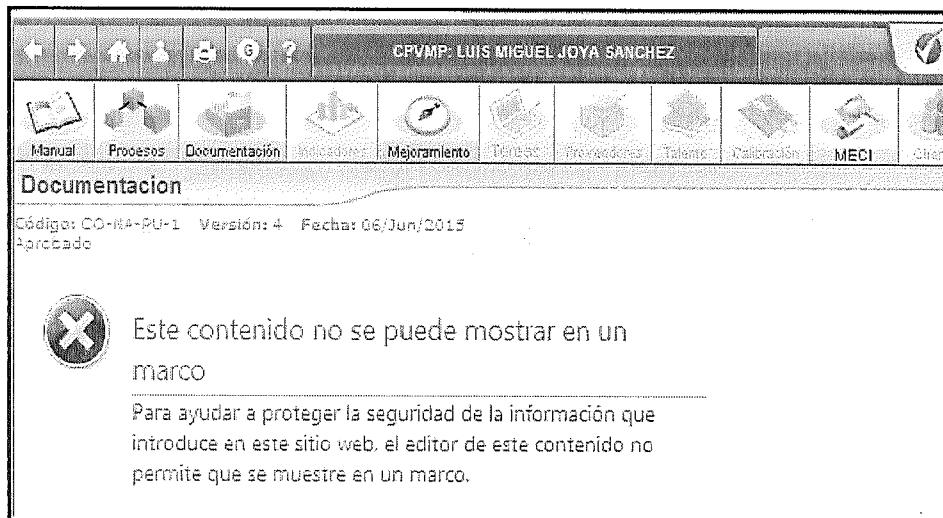


Imagen No. 04 – Tomada del aplicativo ISOLUCIÓNv3, proceso Gestión de Comunicaciones link publicaciones

- **Portal Web Institucional**

Otro de los medios institucionales utilizados por la Entidad es el portal web institucional, el cual es una de las herramientas principales utilizada por la Entidad, en función de comunicar a sus afiliados, funcionarios y demás partes interesadas sobre sus beneficios, noticias, eventos, información de interés y demás servicios que brinda la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía Nacional.

Dentro del portal web, el Área de Comunicaciones suministra información para conocimiento de sus partes interesadas tales como: Misión y Visión, Perfil de la Gerencia General, Directorio, Políticas, Naturaleza, Funciones, Equipos de trabajo, Organigrama, Reseña Histórica Código de Buen Gobierno, Código de Ética y Puntos de Atención. **Ver Imagen No. 05**



Imagen No. 05, página web tomada de la internet link <https://www.cajahonor.gov.co/Paginas/default.aspx>

Realizada la revisión por parte de la OFCIN sobre el portal web institucional se identificó que la información descrita en la página se encuentra actualizada y vigente al año 2016.

Oportunidad de Mejora No. 03

La línea Blog del link "Sala de Prensa", se encuentra desactualizada registrando como última fecha de actualización el 22 de julio de 2015, esto podría generar desconocimiento por parte de los afiliados y partes interesadas, los cuales quieren interactuar activamente con sus comentarios y opiniones sobre los temas en el Blog. **Ver Imagen No. 06**

Adicionalmente genera un incumplimiento en las funciones definidas en la resolución No. 159 del 31 de marzo de 2016, en su artículo nueve (9) parágrafo siete (7) el cual se describe (*Diseñar, mantener y actualizar la página web y otras herramientas de la entidad con el propósito de dar a conocer los diferentes modelos y proyectos de solución de vivienda*).

Se recomienda al Área realizar la actualización de la página web en cada una de sus líneas a fin de poder otorgar a los afiliados y partes interesadas la información de la manera más actual y así dar cumplimiento con las disposiciones propuestas por la Gerencia General en su resolución No. 159 del 31 de marzo de 2016.



Imagen No. 06 - Link Blog tomado de la página web <https://cvimpo.wordpress.com/>

- **Revista Aniversario**

Cada año la Entidad realiza la celebración de su aniversario, debido a esto se genera la publicación de la revista por el aniversario. Para el año 2016 se celebraron los 69 años de la Caja Promotora de Vivienda y de Policía, en el contenido de la revista se evidencian los nuevos modelos de solución de vivienda, artículos de parte de miembros de las Fuerzas Militares y Policía, en los cuales envían muchas felicitaciones por el proceso que desarrolla Caja Honor en el otorgamiento de soluciones de vivienda a sus afiliados.

Realizada la revisión por parte de la OFCIN de la publicación de la revista correspondiente a los 69 años de la Entidad, se obtuvo evidencia de la divulgación y conocimiento de los funcionarios y afiliados. **Ver Imagen No. 07**

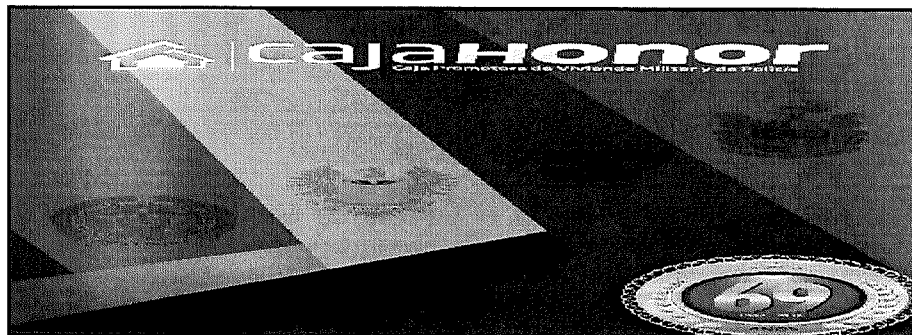


Imagen No. 07 - Revista Aniversario No. 69, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía

- **Redes Sociales**

Existe un manual para el uso de las redes sociales de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía, en el cual se establecen políticas de contenido, recomendaciones básicas, interactividad con el usuario y seguimiento constante.

La Oficina de Control Interno evidenció que el Área de Comunicaciones, realiza una estrategia constante para la utilización de las redes sociales, lo cual permite una mayor interacción de las partes interesadas. **Imagen No. 08**

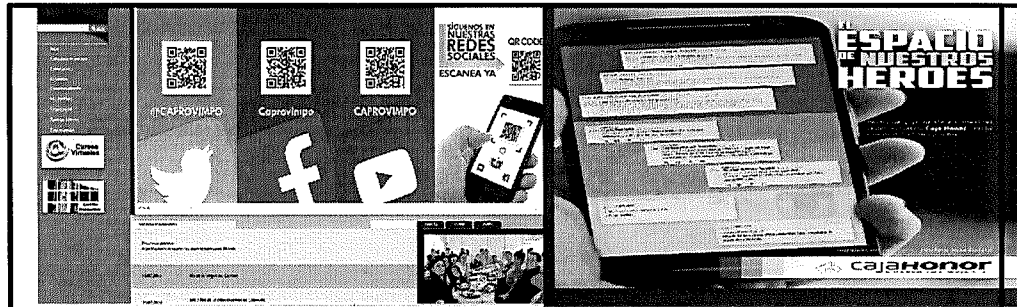


Imagen No. 08 – Tomadas de las Redes Sociales Facebook y revista Notivivienda edición No 54

Realizada la solicitud al área de Comunicaciones y según información suministrada por la Profesional Especializada, los seguidores de las redes sociales mes a mes han venido generando un incremento significativo lo que denota el interés que generan los artículos expuestos. **Imagen No. 09**

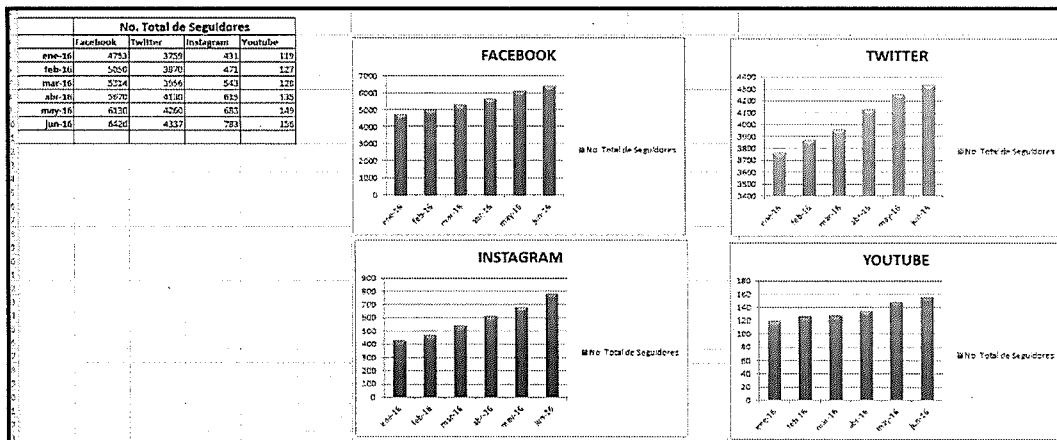
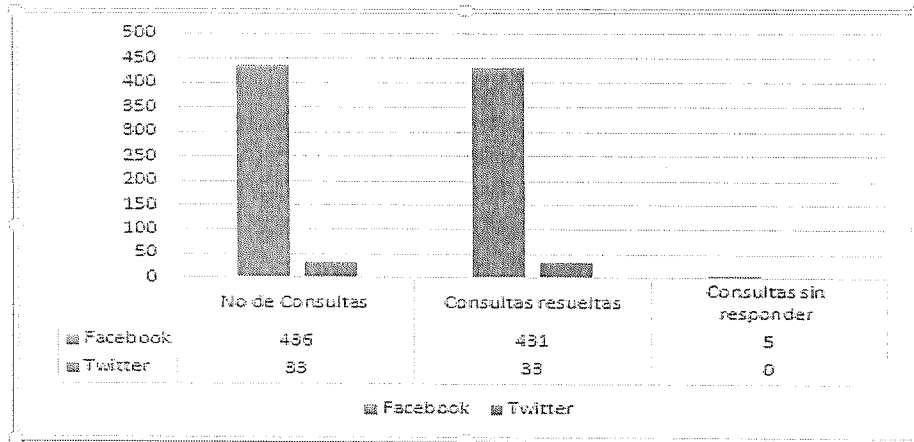


Imagen No. 09 – Estadísticas de seguidores redes sociales, Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía tomada del informe Gestión de Comunicaciones.

Se evidencia el seguimiento que realiza el proceso de Gestión de Comunicación a las preguntas e inquietudes de los afiliados y seguidores de redes sociales, generando respuestas efectivas a cada una de ellas. A 30 de junio de 2016 se resolvieron cuatrocientas sesenta y nueve (469) preguntas o inquietudes en redes sociales.

RED SOCIAL	No de Consultas	Consultas resueltas	Consultas sin responder
Facebook	436	431	5
Twitter	33	33	0
TOTAL	469	464	5



Oportunidad de Mejora No. 04

Realizada la revisión de las bases de datos de las redes sociales (Facebook y Twitter) por parte de la Oficina de Control Interno, a fin de evidenciar las respuestas a cada una de las preguntas o inquietudes generadas por los afiliados a la Entidad, durante el primer semestre del año 2016 se identificó que de un total de 469 consultas quedaron pendientes de respuesta cuatro (4).

RED SOCIAL	FECHA	PREGUNTA	RESPUESTA	MODELO
Facebook	16 de mayo	Buen día se tiene programada alguna jornada en la asssum?		
Facebook	23 de mayo	r teléfono		Vivienda Leasing
Facebook	27 de mayo	Muy buenas tarde me gustaría comunicarme con un asesor x favor este es mi profesional		Vivienda Leasing
Facebook	27 de mayo	Buenas tarde cm haqo para comunicarme con un asesor para una asesoría mi # mi hombre es mil gracias		Vivienda Leasing
Facebook	16 de junio	Buenas tardes mi nombre es GUST soy retirado de la policía nacional con asignación de retiro, quiero saber si tengo algún beneficio en este ente, porque pregunto porque a mí me llega un extracto de cuenta personal de vivienda número 01-267153-0; con número de cuotas aportadas regimen1991; tasas de interés 0,5; saldo inicial ahorros ingresos 0.00;egresos 0.00; nuevo sal también dice que si ya cumplió cuotas de aporte lo invita a solucionar su vivienda; deseo que me explique qué tengo que hacer para solucionar el problema de vivienda gracia por su tiempo y muchas bendiciones.		

Lo anterior genera un incumplimiento en los lineamientos descritos en el Manual de Redes Sociales de Caja Honor en su numeral No. 4.3 *"Interactividad con el Usuario"*, donde se resalta que es fundamental responder todos los comentarios internos y externos de los usuarios que escriben en las redes sociales a la mayor brevedad. Sin dejar ninguno de los mismos sin su respectiva respuesta (incluyendo los negativos), lo anterior a que esto podría generar una mala imagen a la Entidad.

Se sugiere, que el Área de Comunicaciones verifique de manera permanente cada una de las redes sociales, a fin de poder identificar en las bases de datos las preguntas, sugerencias o comentarios sin respuesta.

INDICE SATISFACCIÓN AFILIADOS

Dentro de la información primaria, el Manual de Comunicación define que los índices de satisfacción pueden medirse con base en el registro de peticiones, quejas y reclamos que se evalúan y procesan, lo cual permite adelantar planes de mejora los cuales deben ser comunicados tanto interna como externa. Por lo anterior, la OFCIN realiza una verificación de la página web de la Entidad a fin de identificar la publicación en relación a los índices de satisfacción de los afiliados a 30 de junio de 2016.

Dentro del informe suscrito en el segundo trimestre del año 2016 "*Informe Índice de Satisfacción Caja Honor*" publicado en la página web por la oficina del SAC y ATF, en el cual se relaciona la calificación con un índice de satisfacción por parte de los usuarios promedio del 4,5 la anterior calificación sitúa en un nivel adecuado de satisfacción por los usuarios. **Ver Imagen No. 10**

INFORME																							
ÍNDICE DE SATISFACCIÓN CAJA HONOR																							
- CALIFICACIÓN DEL ÍNDICE GENERAL DE SATISFACCIÓN.																							
En el año 2016, segundo trimestre, las variables relacionadas con el índice de satisfacción del usuario, obtuvieron una calificación promedio de 4.5, situándonos en nivel adecuado en la escala valorativa.																							
- CALIFICACIÓN DEL ÍNDICE DE SATISFACCIÓN POR PUNTO.																							
<table border="1"><thead><tr><th>CIUDAD</th><th>ÍNDICE</th></tr></thead><tbody><tr><td>Barranquillo</td><td>4.48</td></tr><tr><td>Bogotá</td><td>4.44</td></tr><tr><td>Bucaramanga</td><td>4.62</td></tr><tr><td>Cali</td><td>4.5</td></tr><tr><td>Cartagena</td><td>4.42</td></tr><tr><td>Florencia</td><td>4.16</td></tr><tr><td>Ibagué</td><td>4.76</td></tr><tr><td>Medellín</td><td>4.66</td></tr><tr><td>Venecia</td><td>4.4</td></tr></tbody></table>	CIUDAD	ÍNDICE	Barranquillo	4.48	Bogotá	4.44	Bucaramanga	4.62	Cali	4.5	Cartagena	4.42	Florencia	4.16	Ibagué	4.76	Medellín	4.66	Venecia	4.4			
CIUDAD	ÍNDICE																						
Barranquillo	4.48																						
Bogotá	4.44																						
Bucaramanga	4.62																						
Cali	4.5																						
Cartagena	4.42																						
Florencia	4.16																						
Ibagué	4.76																						
Medellín	4.66																						
Venecia	4.4																						
- CALIFICACIÓN POR VARIABLE																							
<table border="1"><thead><tr><th>CONTACT CENTER</th><th>ÍNDICE</th></tr></thead><tbody><tr><td>BARRANQUILLA</td><td>4.4</td></tr><tr><td>BOGOTÁ</td><td>4.3</td></tr><tr><td>BUCARAMANGA</td><td>4.7</td></tr><tr><td>CALI</td><td>4.2</td></tr><tr><td>CARTAGENA</td><td>4.8</td></tr><tr><td>FLORENCIA</td><td>3.9</td></tr><tr><td>IBAGUÉ</td><td>4.8</td></tr><tr><td>MEDELLÍN</td><td>4.6</td></tr><tr><td>VENEZIA</td><td>4.4</td></tr></tbody></table>	CONTACT CENTER	ÍNDICE	BARRANQUILLA	4.4	BOGOTÁ	4.3	BUCARAMANGA	4.7	CALI	4.2	CARTAGENA	4.8	FLORENCIA	3.9	IBAGUÉ	4.8	MEDELLÍN	4.6	VENEZIA	4.4	<table border="1"><thead><tr><th>ÍNDICE TOTAL:</th></tr></thead><tbody><tr><td>4.4</td></tr></tbody></table>	ÍNDICE TOTAL:	4.4
CONTACT CENTER	ÍNDICE																						
BARRANQUILLA	4.4																						
BOGOTÁ	4.3																						
BUCARAMANGA	4.7																						
CALI	4.2																						
CARTAGENA	4.8																						
FLORENCIA	3.9																						
IBAGUÉ	4.8																						
MEDELLÍN	4.6																						
VENEZIA	4.4																						
ÍNDICE TOTAL:																							
4.4																							

Imagen No. 10 – Tomada del Informe Índice de Satisfacción Caja Honor, Suministrado por el Área de Comunicaciones

Realizada la verificación de los índices de satisfacción y de calificación variable (Contac Center, Quejas y Reclamos, Infraestructura, Biometría y Orientación General), suministrados por el Área de Comunicación, la OFCIN obtuvo evidencia suficiente de la publicación del informe con los requerimientos necesarios en la página web y la calificación cumple con los estándares adecuados en la atención y satisfacción de los Afiliados y partes interesadas.

IMAGEN CORPORATIVA

EL Área de Comunicaciones dentro de la documentación descrita para el proceso Gestión de Comunicaciones, tiene el manual Imagen Corporativa, el cual tiene como objetivo determinar la identidad de una imagen, generado por elementos visuales como la marca, color, tipografía, diagrama y sus formas.

Dentro de los elementos de la marca se describe que es fundamental circular todos los detalles en el uso y la aplicación de la marca, lo anterior con el fin de poder proyectar una

identidad coherente de manera disciplinaria, ordenada y consistente (símbolo, nombre, eslogan).

- **Logo Permitido**

La aplicación del logo únicamente se puede utilizar en la ropa, fachada y en casos relacionados con comunicaciones se utiliza como marca de agua, la OFCIN realizó la verificación en la utilización del logo dentro de la Entidad, identificando la marcación de los elementos de Caja Honor. **Ver Imagen No. 11**

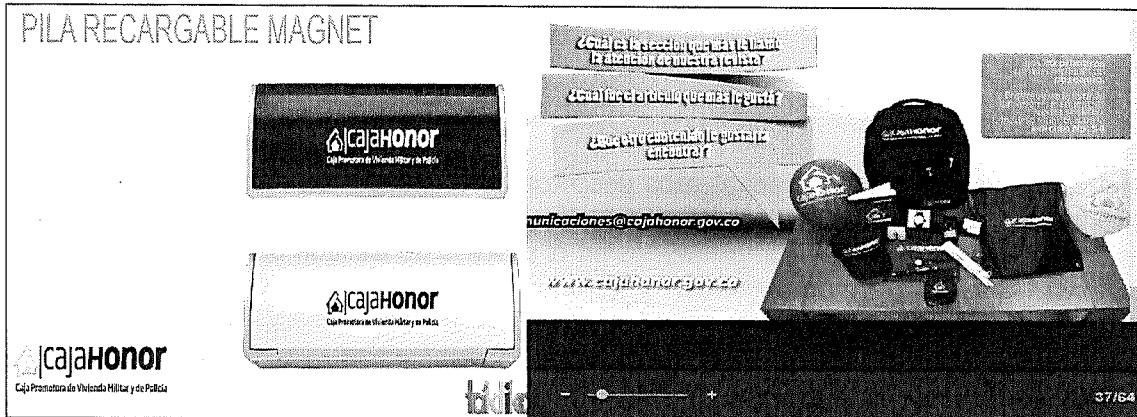


Imagen No. 11 – Informe tomado Marcación Piezas Caja material POP para revisión, suministrado por el Área de Gestión de Comunicaciones.

Así mismo, se obtuvo evidencia de la utilización de los colores permitidos, en los comunicados, fachada, pendones y puntos de atención. **Ver Imagen No. 12**

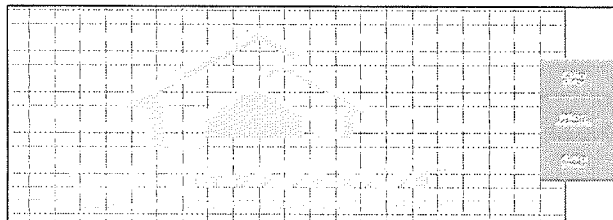


Imagen No. 12 – Eslogan de Caja Honor en los cuadernos institucionales

- **Aplicación de la Marca**

Dentro de la expedición del Logo, la Entidad ha definido los colores en la arquitectura de marca para cada una de las unidades de negocio (vivienda, héroes, siempre soldados, fondo de apoyo, futuro), los cuales son utilizados en cada uno de las comunicaciones (Revista Notivivienda, Folletos, Pagina Web). **Ver Imagen No. 13**

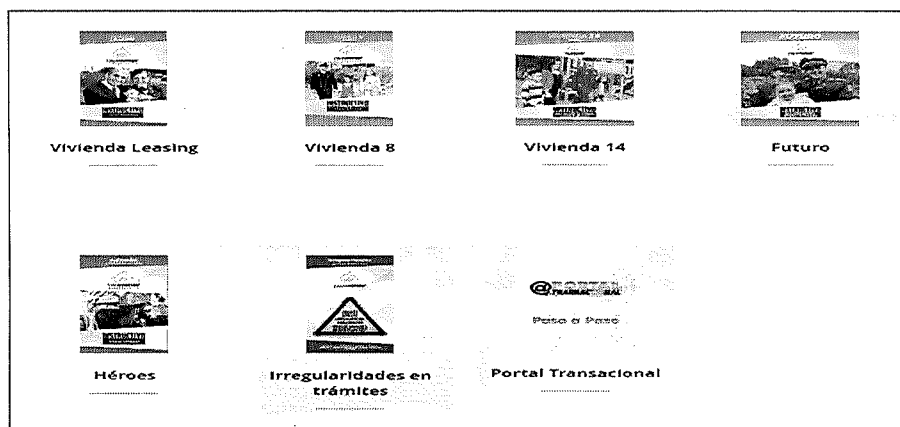


Imagen No. 13 – Aplicación de la Marca y Colores Institucionales para los Modelos en Soluciones de Vivienda.

Teniendo en cuenta los procedimientos descritos en el manual de imagen corporativa, la Oficina de Control Interno realizó una verificación a los contenidos en las diferentes unidades de negocio sin evidenciar incumplimientos en el proceso de Gestión de Comunicaciones en el desarrollo y aplicación de la marca.

- **Utilización del Eslogan y Filosofía**

Dentro del Manual de Comunicación en su numeral No. 7 se describe el eslogan y la filosofía autorizados y aprobados para el acompañamiento en la divulgación de la información interna y externa.

El eslogan es la frase o conjunto de frases que permiten difundir de una manera clara y contundente el enfoque de la entidad. La OFCIN evidenció que el eslogan utilizado por la entidad es **"BIENESTAR Y EXCELENCIA"**, el cual se debe utilizar en la moneda de la entidad y en el pie de página de los formatos controlados. Sin embargo, realizada la revisión de algunos formatos controlados se evidencia que el eslogan no se está teniendo en cuenta dentro del pie de página de algunos formatos controlados. **Ver Imagen No. 14**

Oportunidad de Mejora No. 05

La OFCIN, realizó una revisión del eslogan el cual se debe utilizar en la moneda de la entidad y en el pie de página de los formatos controlados; sin embargo, realizada la revisión de algunos formatos controlados se evidencia que el eslogan no se está teniendo en cuenta dentro del pie de página de algunos formatos controlados.

Se recomienda, realizar una campaña informativa por parte del Área de Comunicaciones en coordinación con la OAPLA para la implementación del eslogan como pie de página de los formatos controlados (internos y externos), teniendo en cuenta lo establecido en el Manual de Comunicaciones en su numeral siete (7), lo anterior a fin de dar cumplimiento a los lineamientos descritos en el manual los cuales buscan alinear a los funcionarios con el enfoque de la Entidad.

AUTORIDAD JUDICIAL		DEMANDANTE	DEMANDADO	FECHA PROMOCIÓN	FECHA ENTREGA	FECHA PAGOS	FECHA CANCELACIÓN	FECHA CANCELACIÓN	FECHA CANCELACIÓN	FECHA CANCELACIÓN	FECHA CANCELACIÓN	FECHA CANCELACIÓN	FECHA CANCELACIÓN	FECHA CANCELACIÓN	FECHA CANCELACIÓN	FECHA CANCELACIÓN	FECHA CANCELACIÓN	FECHA CANCELACIÓN	FECHA CANCELACIÓN	FECHA CANCELACIÓN
Página 1												ANEXA INFORMACIÓN EN: FÍSICO <input type="checkbox"/> OUTLOOK <input type="checkbox"/> MICROSOFT LYNC <input type="checkbox"/> OTRO <input type="checkbox"/>								
												Firma: _____ Nombre Funcionario solicitante: _____ Cargo: _____								
												Asignado a: _____ V.B. Jefe de Area Comunicaciones								
												Plazo de entrega: _____ V.B. Líder Grupo Promoción y Divulgación								

Imagen No. 14 – Formatos Controlados Actuaciones Judiciales y Consentimiento Fotografía, Audio y Video

La Entidad adoptó como filosofía de trabajo **"EDIFICAMOS SUEÑOS"**, la cual busca que cada uno de los funcionarios de la Caja Promotor de Vivienda Militar y de Policía brinde lo mejor de sí mismo en cada una de las labores diarias que se desempeña en favor de los afiliados. El mismo se simboliza con una flor conformada por cuatro (4) corazones, cada uno con un color que identifica a las Fuerzas Militares y Policía Nacional.

La filosofía se debe utilizar en piezas gráficas y material promocional que desarrolla la entidad, tales como afiches, pendones, almanaques, libretas y carpetas. Realizada la utilización del mismo por parte de la OFCIN se realizó la revisión de los manuales, folletos, revistas (NOTIVIVIENDA), almanaques y pendones, identificando que los mismos presentan la flor que simboliza la filosofía aprobada por la Gerencia General. **Ver Imagen No. 15**

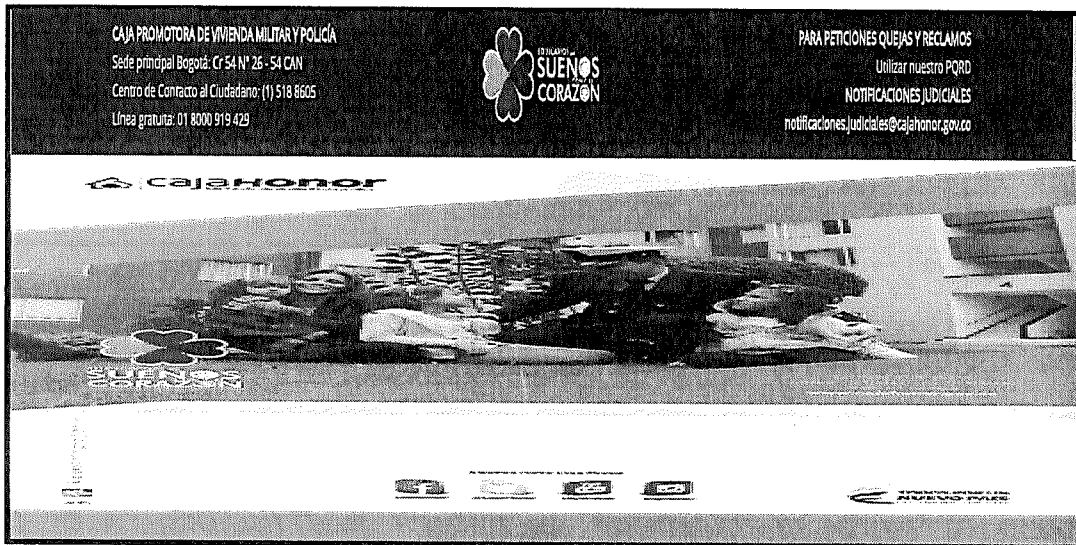


Imagen No. 15 – Tomadas de la Página web de la Entidad y folletos utilizados para la divulgación de las diferentes soluciones de vivienda.

CAPACITACIÓN A LOS FUNCIONARIOS

Dentro de los lineamientos descritos en el Manual de Comunicaciones, se establece que durante el proceso de capacitación e inducción el área de Talento Humano debe explicar el mensaje, sus usos y alcance, correspondiente.

La OFCIN obtuvo evidencia por parte del Área de Comunicaciones referente a las capacitaciones de los funcionarios de la Entidad, identificando que las mismas se han venido desarrollando en lo corrido del año 2016 y comunicadas a la Gerencia General en el año 2015. **Ver Imagen No. 16**

El formulario muestra un control de asistencia a un evento de capacitación. El evento se titula "Revisión de contenidos punto web" y se realizó el día 23/03/2016. El objetivo es la revisión de contenidos punto web y la entrega de partes de trabajo para la revisión de contenidos de diferentes áreas de la entidad. El evento fue organizado por el Área de Comunicaciones. La lista de funcionarios asistentes incluye nombres como Juan Carlos López, María del Carmen Rodríguez, y otros, con sus respectivos números de cédula y firmas. El formulario también contiene una tabla de asistencia con casillas para marcar la presencia de cada funcionario.

Imagen No. 16 – Listados Control de Asistencias Eventos de Capacitación

Realizada la verificación de los formatos de control de asistencia eventos de capacitación/reunión – TH-NA-FM-005 y el memorando "Entrega lista de asistencia capacitación", con destino a la Gerencia General durante los años 2015 y 2016 respectivamente. **Ver Imagen No 17**

El programa de capacitación de la marca "Caja Honor" tiene como objetivo posicionar a Caja Honor como una Entidad que contribuye al bienestar de los afiliados y aporta al cumplimiento de las metas del gobierno en materia de vivienda. El programa incluye imágenes de personas y el logo de "Caja Honor".

Imagen No. 17 – Programa Capacitación Marca, suministrada por el Area de Comunicaciones

Se obtuvo evidencia de la gestión adelantada por el Área de Comunicaciones – Grupo de Promoción y Divulgación en relación a los procesos de capacitación de la marca, pagina web, redes sociales y medios de comunicación utilizados para otorgar un mejor bienestar de los afiliados, partes interesadas y al cumplimiento de metas en el otorgamiento de soluciones de vivienda.

MANEJO DE PAUTA PUBLICITARIA EN MEDIOS INSTITUCIONALES DE LAS FUERZAS

Dentro de las funciones del Área de Comunicaciones, se establece el desarrollo de planes de comunicaciones, a través de los diferentes canales interinstitucionales, internos, externos o de comunicación masiva.

El Área de Comunicaciones realizó la gestión de notas periodísticas en los programas institucionales (Vamos Colombia, Contacto e Insignia), los cuales están encaminados en difundir sobre los modelos de atención. **Ver Imagen No. 18**



Imagen No. 18 – Entrevistas al Gerente General de la Entidad y Funcionarios Autorizados por parte de los medios de comunicaciones de las Fuerzas Militares

Dentro de las pautas radiales el Área de Comunicaciones contempla distribuir veinte (20) cuñas diarias en las emisoras del Ejército, Armada y Fuerza Aérea, teniendo en concepto de la marca de Caja Honor. **Ver Imagen No. 19**

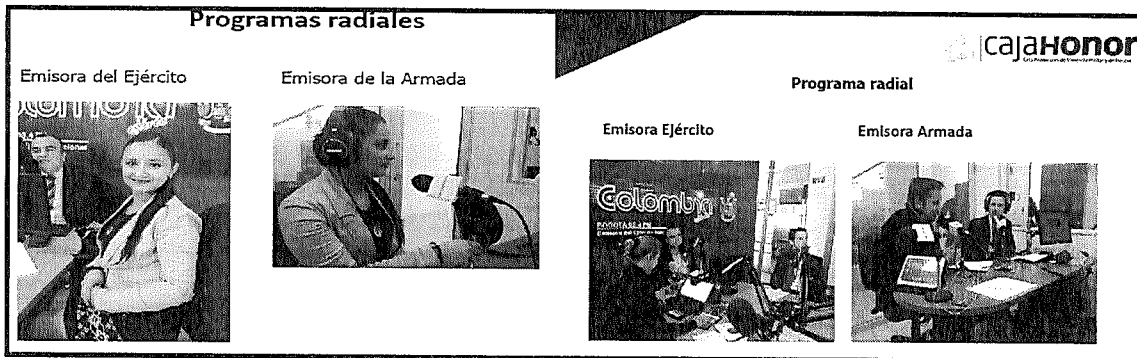


Imagen No. 19 – Pautar radiales a cargo de los funcionarios de la Entidad, emisoras Ejército, Armada.

De la misma manera, el Área de Comunicaciones realiza un cronograma de los programas de radio para el año 2016, la cual describe a detalle la fecha de emisión, el tema a tratar, el vocero responsable invitado. El mismo fue elaborado por un profesional del área, revisado por el jefe del Área de Comunicaciones y aprobado por el Subgerente de Vivienda y Proyectos. **Ver Imagen No. 20**

CRONOGRAMA PROGRAMAS DE RADIO 2016			
FECHA - SEMANA	PROGRAMA	RESPONSABLE	FECHA DE EJECUCIÓN
01-01-2016
02-01-2016
03-01-2016
04-01-2016
05-01-2016
06-01-2016
07-01-2016
08-01-2016
09-01-2016
10-01-2016
11-01-2016
12-01-2016
13-01-2016
14-01-2016
15-01-2016
16-01-2016
17-01-2016
18-01-2016
19-01-2016
20-01-2016
21-01-2016
22-01-2016
23-01-2016
24-01-2016
25-01-2016
26-01-2016
27-01-2016
28-01-2016
29-01-2016
30-01-2016
31-01-2016

Imagen No. 20 – Cronograma Programas Radiales para el 2016 Autorizados

COMUNICACIONES PARA SITUACIONES DE CRISIS

El Área de Comunicaciones ha establecido políticas, principios y planes de acción para dar una respuesta institucional al momento de afrontar una eventual crisis interna o externa, la cual pueda afectar de forma negativa la imagen de la Caja Promotora de Vivienda Militar y de Policía.

Para ello realizó un manual de Comunicaciones para situaciones de crisis, el cual tiene como objetivo establecer planes de acción para dar respuesta institucional al afrontar una eventual crisis interna o externa, que pueda impactar de forma negativa la imagen de la Entidad.

Según información suscrita por el Área de Comunicaciones, durante el primer semestre del año 2016 no se presentaron incidentes los cuales se tuvieran que catalogar o administrar como situaciones de crisis, las cuales ameritaran un comunicado formal por parte de la Gerencia General o alguno de los voceros autorizados.

La OFCIN verifico en la página web de la entidad, así como en redes sociales y otros artículos noticiosos e información de la intranet, sin evidenciar acciones negativas que afecten el buen nombre de la Entidad y tengan que ser manejados por medio de un comunicado o situación de crisis.

VII. CONCLUSIONES

Realizada la auditoria programada correspondiente a la Gestión de Comunicaciones. La Oficina de Control Interno, realizó una evaluación a la normatividad, los procesos, riesgos y controles descritos en la caracterización del Área de Comunicaciones, sin evidenciar incumplimientos o reproceso los cuales interfieran con los objetivos estratégicos de la Entidad, su misión o visión.

Sin embargo, existen oportunidades de mejora las cuales se encuentran encaminadas a mejorar los procesos realizados por el Área de Comunicaciones y Grupo de Promoción y Divulgación.

Cordialmente,



Abg. Martha Cecilia Mora Correa
Jefe Oficina de Control Interno

Elaboró:



Luis Miguel Joya Sánchez
Auditor (C) OFCIN

