Empresa Social del Estado
HOSPITAL MENTAL DE ANTIOQUIA
María Upegui
HOMO

GOBERNACIÓN DE ANTIOQUIA
República de Colombia

Empresa Social del Estado
HOSPITAL MENTAL DE ANTIOQUIA
María Upegui
HOMO

"Integridad y Compromiso"

Oficina de Control Interno

Informe de Auditoria

COMUNICACIONES Y MERCADEO

Noviembre 02 del 2023

UNIDOS

1. INTRODUCCIÓN

La oficina de Control Interno en desarrollo del Programa Anual de Auditorías aprobado para la vigencia 2023 por el Comité Institucional de Coordinación de Control Interno de la ESE HOMO, programó efectuar la auditoría interna a los procesos de Comunicación y Mercadeo, se toma el plan de acción con sus respectivas estrategias y actividades a realizar para la vigencia 2023, labor que se adelantó en el marco de sus funciones como mecanismo de apoyo al cumplimiento de los objetivos de control establecidos en la ley 87 de 1993.

La auditoría estuvo orientada a identificar oportunidades de mejora para el Sistema de Control Interno Institucional en los procesos relacionados, a través del análisis de su objetivo, actividades y documentos anexos.

Para el desarrollo de esta, se tuvo en cuenta como marco normativo, las funciones encomendadas por la ley 87 de 1993, que define el Control Interno como un sistema integrado por el esquema de la organización y el conjunto de los planes, métodos, principios, normas, procedimientos y mecanismos de verificación y evaluación adoptados por la entidad, con el fin de procurar que todas las actividades, operaciones y actuaciones, así como la administración de la información y los recursos, se realicen de acuerdo con las normas Constitucionales y legales vigentes, dentro de las políticas trazadas por la dirección y en atención a las metas y objetivos previstos.

2. OBJETIVO GENERAL.

- Se examinó y evaluó la adecuada y eficaz aplicación del PLAN DE COMUNICACIONES de la E.S.E. Hospital Mental de Antioquia María Upegui HOMO, permitiendo adoptar las acciones correctivas pertinentes que permitan generar valor agregado y mejorar las operaciones de la Administración, así como contribuir al cumplimiento de los objetivos y metas institucionales

3. OBJETIVOS ESPECIFICOS.

- Se verificó que se esté cumpliendo con la utilización de los diversos canales de

comunicación establecidos en el Plan de Comunicaciones y Mercadeo.
- Se verificó la calidad de los contenidos que circulan por difusión de la dependencia de comunicaciones, analizando si los contenidos son entendibles, agradables y de fácil uso.
- Se verificó el cumplimiento de las estrategias incluidas en el plan de acción.

4. ALCANCE.

Esta auditoría tuvo como propósito realizar un seguimiento de tipo formal al plan de comunicación y mercadeo implementado para el año 2023, sin perjuicio de ampliar el alcance a períodos anteriores y otras áreas o dependencias de acuerdo a las circunstancias.

5. MARCO LEGAL.

- Normas asociadas al desarrollo del Plan de Comunicaciones
- Manuales políticas asociadas al Sistema Integrado de Gestión y Calidad.

6. METODOLOGÍA:

Para el desarrollo de la presente auditoría se utilizarán la verificación y análisis de documentos a través de pruebas selectivas, además se utilizaron las siguientes Técnicas:

- **Observación:** Es una manera de inspección, se verificó la información soporte de las operaciones y la información dispuesta en los aplicativos para tal fin.
- **Indagación:** Se obtuvo información verbal mediante averiguación con los responsables de la información en el área encargada de operar el proceso.
- **Documental:** Se revisaron los procedimientos establecidos en el SIGC.

7. DESARROLLO DEL INFORME.

El análisis de esta auditoria se realiza teniendo en cuenta la documentación que reposa en el SIGC, respecto del proceso de comunicaciones.

El plan de comunicaciones y mercadeo, se encuentra identificado con el código: CO-PL-01, el cual a la fecha es la primera versión del 13 de diciembre del año 2021.

Se realiza revisión de la caracterización del proceso encontrando lo siguiente:

Indicadores:

El proceso actualmente cuenta con dos indicadores los cuales se encuentra a la fecha diligenciados de manera oportuna:

Proporción del grado de satisfacción comunicacional interna: El cual el reportado para el primer semestre del 2023 es del 55%

Proporción del grado de satisfacción comunicacional externa: El cual el reportado para el primer semestre del 2023 es del 83%.

Comunicación de crisis:

Se considera que hay crisis de comunicación cuando se presenta un cambio repentino entre dos situaciones que amenazan la imagen, el equilibrio y la reputación positiva de la ESE Hospital Mental de Antioquia.

Este acontecimiento súbito exige una reacción de la entidad en términos de comunicación que aclaren y expliquen la situación y eviten que el problema se vuelva mayor.

En el proceso auditado se evidencia que en lo corrido de la vigencia del 2023, se han materializado 3 situaciones de crisis, de las cuales se emite boletín de presa y video donde se narra lo sucedido por parte del gerente.

Se evidencia por parte de los responsables del proceso la comunicación de manera efectiva

realizada por sus medios de comunicación externo e interno, establecidos para tal fin.

Además la aplicación de las encuestas de canales de comunicación externo e interno del HOMO. Se adjunta evidencia

Evidencia aplicación encuesta de la percepción de la comunicación externa de la entidad: En la cual se evidencia una Percepción Positiva Del 83.19% Y Percepción Negativa Del 16.75%

REGISTRO DE INDICADORES

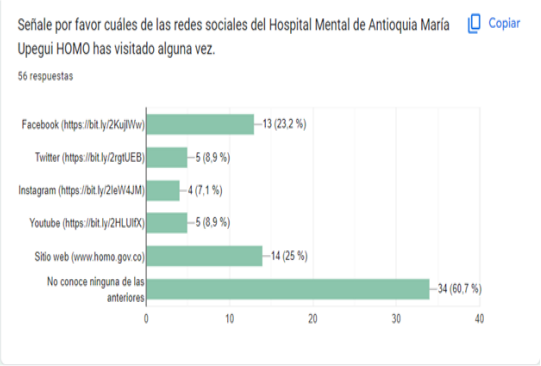
LINEA ESTRATÉGICA: Proyección y estrategia organizacional

PROGRAMA: Comunicación estratégica para la proyección institucional

RESPONSABLE: Comunicaciones

NOMBRE INDICADOR: Grado de satisfacción comunicacional

OBJETIVO INDICADOR: Conocer la percepción de la comunicación externa de la entidad



Internet (página web y redes sociales)

Valoración	Valoración 2	Valoración 3	Valoración 4	Valoración 5
4	4	8	17	23
7.14%	7.14%	14.28%	30.35%	41.07%

Consolidado:

Valoración 1 Promedio	Valoración 2 Promedio	Valoración 3 Promedio	Valoración 4 Promedio	Valoración 5 Promedio
23	25	69	74	94
8.00%	8.75%	24.06%	26.06%	33.07%

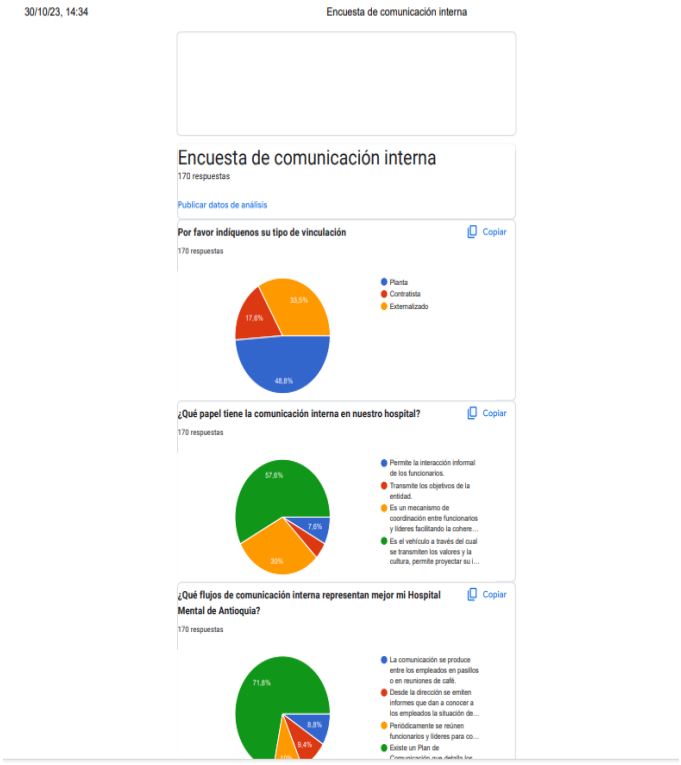
Percepción positiva: 83.19%

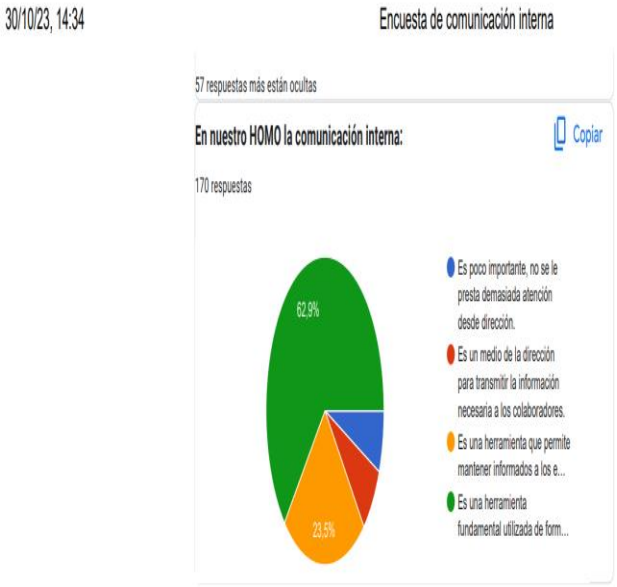
Percepción negativa: 16.75%

Héctor Restrepo Rendón

Profesional Universitario
Comunicador HOMO

Evidencia aplicación encuesta de la percepción de la comunicación interna de la entidad: la cual se evidencia una Percepción Positiva del 62.9%$





Igualmente se realiza análisis de cada una de las estrategias a implementar de acuerdo al plan de acción, que se encuentra contenido en el plan de comunicaciones y mercadeo, donde se evidencia lo siguiente:

OBJETIVO GENERAL DEL PLAN

Implementar acciones de comunicación que permitan informar a la entidad y a sus públicos, contribuir al logro de una conducta organizacional para el desarrollo interno y externo de la empresa y de esta manera conseguir una proyección organizacional.

ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	META	CUMPLE
Gestión de redes sociales y contenidos digitales.	Elaboración de boletín interno “En Familia”	3	Si
	Elaboración de noticias o artículos de interés para web institucional	24	Si
	Elaboración de publicación impresa y digital balance de gestión año anterior	100	Si
	Publicaciones en redes sociales Facebook, Twitter e Instagram	70	Si
Administración de redes sociales	Producción de transmisiones en vivo con temas de interés para la comunidad en general	6	Si
	Evaluación de tráfico redes sociales	2	Si
Fortalecimiento comunicacional	Monitorear el contenido del sitio web	3	Si

ESTRATEGIA	ACTIVIDAD	META	CUMPLE
	Producción de video institucional	100%	No
	Ejecución de campañas institucionales	10	Si
	Realización de evento académico	2	Si
Mercadeo	Venta de capacitaciones en temas como contención mecánica, urgencias psiquiátricas y primeros auxilios psicológicos.	10	Si
	Realización de ferias de servicios	3	No
	Contacto con medios de comunicación para proyectar la entidad en el mercado	18	Si
Publicación del mejoramiento continuo	Difusión de los resultados obtenidos en los planes de mejoramiento institucional	3	No

Según la información que se relaciona con anterioridad se observa incumplimiento en las siguientes Estrategias / Actividades:

FORTALECIMIENTO COMUNICACIONAL

- **Producción de video institucional**: El video a la fecha de la auditoria no ha podido ser realizado toda vez que no se ha contado con los recursos económicos para su producción.

MERCADEO

- **Realización de ferias de servicios:** La meta estipulada para la vigencia es de 3, sin embargo, solo se ha realizado una feria para la fecha en la cual se realiza la auditoria.

PUBLICACIÓN DEL MEJORAMIENTO CONTINUO

- **Difusión de los resultados obtenidos en los planes de mejoramiento institucional:** La actividad no se viene realizando, se indica que desde comunicaciones son responsables únicamente de difundir los contenidos, y que no se ha podido realizar la misma pues el responsable de enviarlos no lo ha hecho.

8. ASPECTOS POSITIVOS

- Los auditados facilitan información para el desarrollo de la auditoría.
- Disposición del personal auditado, durante el desarrollo de la auditoria
- Se evidencia en la página web, mecanismos que facilitan el acceso a la información de forma entendible y es de fácil uso. Los contenidos son agradables.

9. CONSIDERACIONES FINALES

N°	OBSERVACIONES	CAUSA	EFECTO
1	No se evidencia seguimiento realizado en la matriz de riesgos por los periodos del segundo y tercer trimestre del 2023	No diligenciamiento del seguimiento de la matriz de riesgos.	Posible materialización del riesgo

2	No se evidencia el Plan de Mercadeo	No emisión del plan de mercadeo de la institución	Desconocimiento de las actividades realizadas en razón del mercadeo de la entidad
3	No se evidencia producción del video institucional	Inaplicabilidad a lo establecido en el plan de comunicación de la entidad	Inoperancia del proceso
4	No se evidencia realización de feria de servicios, se tiene establecido dentro del plan desarrollar 3 y a la fecha solo se a desarrollo una.	Inaplicabilidad a lo establecido en el plan de comunicación de la entidad	Inoperancia del proceso
5	No se evidencia difusión de los resultados obtenidos en los planes de mejoramiento institucional	Inaplicabilidad a lo establecido en el plan de comunicación de la entidad	Desconocimiento por parte de las áreas interesadas de los resultados obtenidos en los planes de mejoramiento institucional

RECOMENDACIONES:

- Se recomienda crear un indicador donde se deja constancia de las situaciones de crisis presentadas y la efectividad de los controles ejercidos.
- Se recomienda realizar matriz donde se tenga seguimiento a las solicitudes realizadas por las áreas donde solicita la publicación en el sitio web de la entidad, con el fin de ejercer un mayor control.

CONCLUSIONES

Se observa cumplimiento de la mayoría de las acciones establecidas en el plan de comunicaciones y mercadeo.

Una vez identificadas las falencias que se están presentando y que fueron anteriormente detalladas, adelantar acciones de mejoramiento con miras a subsanar las debilidades que se

presentan, para dar cumplimiento a cabalidad al procedimiento auditado.

La oficina de Control interno establece un plazo Máximo de 10 días para la entrega del plan de Mejoramiento.

Atentamente,



Juan Guillermo Henao Gómez
Jefe Asesor Control Interno



María Camila Jiménez Jiménez

Abogada- Contratista