



## DOCUMENTO GUÍA

# “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS” TEMA TÉCNICO 2

**EFS Coordinadora:**

Auditoría Superior de la Federación de  
**México**

**EFS Moderadora:**

Contraloría General de la República  
del **Perú**

Agosto 2023



## ORGANIZACIÓN LATINOAMERICANA Y DEL CARIBE DE ENTIDADES FISCALIZADORAS SUPERIORES (OLACEFS)

### XXXII Asamblea General Ordinaria

#### ANTECEDENTES

En septiembre de 2022 durante la sesión administrativa de la XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS, se aprobaron los temas técnicos a desarrollar durante el 2023. Para el caso del tema técnico 2, la Auditoría Superior de la Federación de México funge como EFS Coordinadora, cuyas responsabilidades para esta etapa de la discusión son preparar la Propuesta Inicial y el Documento Guía, de acuerdo con lo aprobado por la Asamblea General

En coordinación con la Secretaría Ejecutiva deberá solicitar las colaboraciones técnicas, referidas a las respuestas del presente cuestionario a las EFS miembros de OLACEFS. De cuyas aportaciones se obtendrá la ponencia base y resumen que se expondrá en la segunda sesión técnica de la Asamblea General. Tras la discusión y deliberaciones correspondientes se elaborará el informe con las conclusiones, mismas que se sujetarán a aprobación de la Asamblea General.

El objetivo del presente cuestionario es guiar a los miembros que deseen realizar colaboraciones técnicas, a exponer sus experiencias y opiniones para de esta forma enriquecer la propuesta inicial.

Cabe señalar que la confiabilidad y precisión de los datos son responsabilidad de cada EFS.

#### ACERCA DEL CUESTIONARIO

El instrumento consta de 31 preguntas.

Por favor completar este cuestionario, a más tardar el **29 de septiembre de 2023**. En caso de tener alguna duda, por favor envíe sus consultas a la dirección [rmiguel@asf.gob.mx](mailto:rmiguel@asf.gob.mx) y [cooperacion@contraloria.gob.pe](mailto:cooperacion@contraloria.gob.pe)

#### I. INFORMACIÓN DE CONTACTO.

Favor de completar la información de contacto o de aquella persona responsable de la coordinación para el llenado de esta encuesta.

Información de contacto de la persona que responde la encuesta.	
País	Argentina
Nombre(s)	Germán Manuel
Apellido(s)	Moldes
Cargo en su EFS	Secretario Legal e Institucional



<b>Dirección de correo electrónico</b>	secretarialegaleinstitucional@agn.gov.ar
--	--

## II. INFORMACIÓN DE LA EFS.

<b>1. Nombre oficial de su Entidad Fiscalizadora Superior (EFS).</b>	
Auditoría General de la Nación	
<b>2. Marque con una "X" el alcance fiscalizador de su EFS.</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Federal o Nacional.
<input type="checkbox"/>	Regional.
<input type="checkbox"/>	Nivel Local o Municipal.
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
<b>3. ¿Su EFS cuenta con mandato para llevar a cabo la comunicación externa?</b>	
<input type="checkbox"/>	Sí, en forma amplia.
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí, con limitaciones.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	No, pero se está legislando.
<b>4. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
<b>4.1</b>	En caso de que su respuesta sea sí, por favor deje el vínculo de consulta. <a href="mailto:info@agn.gov.ar">info@agn.gov.ar</a>
<b>5. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación y está vinculada a su plan estratégico institucional?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
<b>6. ¿Su EFS cuenta con un equipo a cargo de la comunicación externa?</b>	
<input type="checkbox"/>	Oficina de prensa



	Oficina de comunicación social				
	Oficina de difusión				
X	Otra. (Indique cuál/es)	Departamento de Prensa y Comunicación			
<b>7. ¿Qué tipo de acciones de comunicación externa realiza en su EFS?</b>					
	Conferencias de Prensa				
X	Entrevistas				
	Campaña mediática				
X	Boletines				
X	Comunicados				
X	Redes sociales				
X	Otra. (Indique cuál/es)	Contenidos para la web institucional tanto de difusión como de disponibilidad de información para la ciudadanía. Producción de videos didácticos sobre informes de auditoría para divulgación.			
<b>8. ¿Qué periodicidad tienen las acciones de comunicación externa realizada en su EFS?</b>					
	Periodicidad	Diario	Semanal	Quincenal	otra
	Conferencias de Prensa				
	Entrevistas				X
	Campaña mediática				
	Boletines			X	
	Comunicado			X	
	Otra. (Indique cuál/es)	Permanente en la medida que se elaboran los contenidos o que requieren actualización.			
<b>9. ¿Cómo es la relación de la EFS con la prensa nacional?</b>					
	No se tiene relación.				
X	Incipiente: en la medida que requieren información se tramitan internamente los pedidos. Por otra parte, muchos referentes de la prensa nacional están suscriptos a los ALERTAS DE INFORMES y GACETILLAS que envía la AGN.				



	No es del interés de la EFS tener relación y/o cercanía.	
	Cercana	
<b>10. ¿Cuenta con una fuente periodística que de seguimiento a la EFS?</b>		
	Sí	
	No	
<b>X</b>	No se tiene mandato.	
	Otra explicación:	
<b>11. ¿En los últimos 10 años ha realizado alguna auditoría relacionada con la libertad de prensa?</b>		
<b>X</b>	Sí. Se realizaron dos auditorías sobre el programa nacional 19, "Prensa y difusión de actos de gobierno" (Res. 6/2013-AGN y Res. 90/21-AGN),	
	No	
	Otra acción/es. (Indique cuál/es)	
<b>12. ¿Su EFS cuenta con un protocolo para redes sociales?</b>		
<b>X</b>	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>13. ¿En su EFS está regulado el uso de información institucional en las redes sociales de las personas servidoras públicas?</b>		
	Sí.	
<b>X</b>	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>13.1</b>	En caso de que su respuesta es sí, por favor comparta el vínculo de consulta.	
<b>14. ¿Indique las tres redes sociales que utiliza en mayor medida?</b>		
<b>1</b>	YouTube	
<b>2</b>	Twitter	



<b>3</b>	Instagram		
<b>¿Por qué?</b>	<p>El canal YouTube de la AGN es donde se alojan, por normativa, todas las sesiones públicas del Colegio de Auditores Generales, entre otros contenidos.</p> <p>Twitter e Instagram, también Facebook, son los canales donde se difunden todos los contenidos de la AGN sobre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a. Cuestiones institucionales generales,</li> <li>b. Colegio de Auditores Generales</li> <li>c. Informes de auditoría</li> <li>d. Participación ciudadana</li> <li>e. Participación internacional</li> <li><b>f. ODS</b></li> </ul>		
<b>15. ¿Su EFS cuenta con un protocolo de comunicación externa en condiciones de crisis?</b>			
	Sí.		
	No		
<b>X</b>	Otra. (Indique cuál/es)	Durante la pandemia COVID-19, la AGN estableció un Comité de Crisis que tuvo su cargo la gestión de los asuntos vinculados con el personal y bienes de la Auditoría General de la Nación. Entre las funciones estaba la de comunicación.	
<b>16. ¿Su EFS cuenta con un plan de comunicación?</b>			
<b>X</b>	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
<b>16.1</b>	En caso de que su respuesta es sí, por favor indique si la puede compartir con otras EFS.		
	Sí	X	No
<b>17. ¿Su EFS cuenta con un vocero/a oficial?</b>			
	Sí.		
<b>X</b>	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		



18. ¿Quién en su EFS es el/la vocera/o oficial?		
	Titular de la EFS	
	Jefe de comunicación	
	Otra. (Indique cuál/es)	
19. ¿En su EFS se cuenta con entrenamiento en medios?		
	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	El personal del Departamento de Prensa y Comunicación tiene formación y experiencia en la materia, pero no hay un entrenamiento específico al no tener una relación normada o formalizada con los medios.
20. ¿En su EFS se cuenta con presupuesto específico para acciones de comunicación externa?		
	Sí.	
	No	
X	Otra. (Indique cuál/es)	Se solicitan puntualmente para eventos.
21. ¿Su EFS brinda capacitación en materia de auditoría gubernamental a periodistas?		
	Sí	
X	No	
21.1	Si su respuesta fue sí, por favor indique cuál es la periodicidad de la capacitación.	
22. ¿Qué tipo de aprendizajes podría brindar a otras EFS en materia de comunicación externa? (por favor mencione las tres principales)		
1	Sistematización de la difusión de la labor de auditoría	
2	Producción de videos sobre informes de auditoría	
3	Elaboración de contenidos y su difusión en diferentes canales	
23. ¿Cuenta con un esquema de medición de impacto de la comunicación externa que se realiza en su EFS?		
X	Sí	



	No		
23.1	En caso de que su respuesta sea sí, ¿podría compartir algún ejemplo en forma posterior?		
	Sí	X	No
<b>24. ¿Cuenta con convenios de colaboración para impulsar la capacitación en materia de comunicación externa? Mencione las tres principales en caso de que sea afirmativa su respuesta.</b>			
1			
2			
3			
<b>25. Marque con una "X" los instrumentos que aplica para la comunicación externa en su EFS.</b>			
X	Política de Comunicación de INTOSAI		
X	Directriz de Comunicación de INTOSAI		
X	Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y Beneficios de las EFS		
X	ISSAI 100		
X	INTOSAI P-12		
X	INTOSAI P-20		
X	Plan Estratégico de INTOSAI 2023-2028		
X	Declaración de Río		
X	Plan Estratégico de OLACEFS 2023-2028		
X	Política de Comunicación de la OLACEFS		
X	Otra. Indique cuál/les:  Declaración de Santiago (9/12/2013)  Declaración de Asunción sobre Principios de Rendición de Cuentas (08/10/2009)		





	Las normas internas que dicta la AGN en materia de comunicación y las normas nacionales que deben ser adoptadas o cumplidas por el organismo, por ejemplo la Ley 27.275 de Derecho de acceso a la información pública.	
<b>26. Cuáles son los tres principales aportes que busca encontrar en materia de comunicación externa en las EFS de la región</b>		
<b>1</b>	Buenas prácticas en materia de difusión de informes de auditoría	
<b>2</b>	Experiencias en segmentación de públicos y estrategias diferenciadas	
<b>3</b>	Formas de institucionalizar la comunicación externa en el caso de organismos colegiados	
<b>27. ¿Su EFS participa en actividades de la TFIC de INTOSAI?</b>		
	Sí	
<b>X</b>	No	
<b>28. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de INTOSAI?</b>		
	Sí	
<b>X</b>	No	
<b>29. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de OLACEFS?</b>		
<b>X</b>	Sí	
	No	
	Si su respuesta es sí, por favor especifique:	
	Con la CTPBG	<p>Manual de Buenas Prácticas para la difusión de información de las EFS a la ciudadanía.</p> <p>Mejores prácticas para la elaboración y reporte de los informes de gestión.</p> <p>Evaluación del Índice de Disponibilidad de la Información a la Ciudadanía – IDIGI.</p> <p>Coordinación de la Actividad Red de Comunicación Interna – Relevamiento de Comunicación Interna en OLACEFS en el marco del</p>



		<p>Proyecto Promover prácticas que favorezcan la transparencia y rendición de cuentas de las EFS. Allí se elaboraron los siguientes productos:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. COMUNICACIÓN INTERNA: una estrategia para consolidar las EFS</li> <li>2. SEGMENTACIÓN DE PÚBLICOS INTERNOS: desarrollo de guía + ficha de evaluación</li> <li>3. LA COMUNICACIÓN INTERNA EN TIEMPOS DE CRISIS: ante la pandemia covid-19</li> <li>4. Banco audiovisual CTPBG Buenas prácticas en Comunicación Interna (<a href="#">ver</a>)</li> </ol>
	Con la CTCT y GIZ	No
	Otras, indique cuáles.	
<b>30. ¿Indique las tres necesidades prioritarias de su EFS en materia de comunicación externa?</b>		
<b>1</b>	Sistematización de prácticas	
<b>2</b>	Mayor articulación con las partes interesadas externas	
<b>3</b>	Capacitación/ desarrollo de perfiles técnicos para el manejo de herramientas de comunicación digitales	
<b>31. Si requiere hacer un comentario adicional por favor utilice el siguiente espacio.</b>		

Ciudad de México, agosto 2023.



**DOCUMENTO GUÍA**  
**EFS BRASIL**

**“EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.  
FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”  
TEMA TÉCNICO 2**

**EFS Coordinadora:**

Auditoría Superior de la Federación de  
**México**

**EFS Moderadora:**

Contraloría General de la República  
del **Perú**

Agosto 2023



## ORGANIZACIÓN LATINOAMERICANA Y DEL CARIBE DE ENTIDADES FISCALIZADORAS SUPERIORES (OLACEFS)

### XXXII Asamblea General Ordinaria

#### ANTECEDENTES

En septiembre de 2022, durante la sesión administrativa de la XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS, se aprobaron los temas técnicos a desarrollar durante el 2023. Para el caso del tema técnico 2, la Auditoría Superior de la Federación de México funge como EFS Coordinadora, cuyas responsabilidades para esta etapa de la discusión son preparar la Propuesta Inicial y el Documento Guía, de acuerdo con lo aprobado por la Asamblea General.

En coordinación con la Secretaría Ejecutiva deberá solicitar las colaboraciones técnicas, referidas a las respuestas del presente cuestionario a las EFS miembros de OLACEFS. De cuyas aportaciones se obtendrá la ponencia base y resumen que se expondrá en la segunda sesión técnica de la Asamblea General. Tras la discusión y deliberaciones correspondientes se elaborará el informe con las conclusiones, mismas que se sujetarán a aprobación de la Asamblea General.

El objetivo del presente cuestionario es guiar a los miembros que deseen realizar colaboraciones técnicas, a exponer sus experiencias y opiniones para de esta forma enriquecer la propuesta inicial.

Cabe señalar que la confiabilidad y precisión de los datos son responsabilidad de cada EFS.

#### ACERCA DEL CUESTIONARIO

El instrumento consta de 31 preguntas.

Por favor completar este cuestionario, a más tardar el **29 de septiembre de 2023**. En caso de tener alguna duda, por favor envíe sus consultas a la dirección [rmiguel@asf.gob.mx](mailto:rmiguel@asf.gob.mx) y [cooperacion@contraloria.gob.pe](mailto:cooperacion@contraloria.gob.pe)

#### I. INFORMACIÓN DE CONTACTO.

Favor de completar la información de contacto o de aquella persona responsable de la coordinación para el llenado de esta encuesta.

Información de contacto de la persona que responde la encuesta.	
País	Brasil
Nombre(s)	Ana Cristina
Apellido(s)	Siqueira Novaes



Cargo en su EFS	jefe del departamento de Comunicación (Secretaria de Comunicación – Secom)
Dirección de correo electrónico	secom@tcu.gov.br

## II. INFORMACIÓN DE LA EFS.

<b>1. Nombre oficial de su Entidad Fiscalizadora Superior (EFS).</b>	
Tribunal de Cuentas de la Unión (TCU – Brasil)	
<b>2. Marque con una “X” el alcance fiscalizador de su EFS.</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Federal o Nacional.
<input type="checkbox"/>	Regional.
<input type="checkbox"/>	Nivel Local o Municipal.
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
<b>3. ¿Su EFS cuenta con mandato para llevar a cabo la comunicación externa?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí, en forma amplia.
<input type="checkbox"/>	Sí, con limitaciones.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	No, pero se está legislando.
<b>4. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
4.1	<p>En caso de que su respuesta sea sí, por favor deje el vínculo de consulta.</p> <p>Los documentos que constituyen la política de comunicación del TCU son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Ordenanza TCU 330/2019</a>: Dispone sobre la gestión de la comunicación institucional en el TCU/Brasil.</li> <li>• <a href="#">Ordenanza TCU 328/2019</a>: Disciplina la relación entre los empleados del Tribunal y la prensa.</li> <li>• <a href="#">Ordenanza TCU 327/2019</a>: Dispone sobre la edición, impresión y disponibilidad de las publicaciones institucionales del TCU.</li> <li>• Estructura de la Secom: <a href="#">Ordenanza Secom 1/2021</a></li> </ul>



5. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación y está vinculada a su plan estratégico institucional?					
X	Sí.				
	No				
	Otra. (Indique cuál/es)				
6. ¿Su EFS cuenta con un equipo a cargo de la comunicación externa?					
	Oficina de prensa				
X	Oficina de comunicación social - <b>Nota: El equipo de la Secom cuenta con un departamento específico para atender a la prensa (Dimp). Hay otro que se encarga de toda la comunicación en las redes sociales y en el portal de la Corte (Dicom), además de cuidar el programa de radio que también se destina al público externo.</b>				
	Oficina de difusión				
	Otra. (Indique cuál/es)				
7. ¿Qué tipo de acciones de comunicación externa realiza en su EFS?					
X	Conferencias de Prensa				
X	Entrevistas				
X	Campaña mediática				
X	Boletines				
X	Comunicados				
X	Redes sociales				
X	Otra. (Indique cuál/es)	Artículos para el Portal del TCU (página oficial), Programa de Radio (Minuto del TCU), distribución de contenidos para listas de transmisión vía WhatsApp, curación del chatbot (inteligencia artificial) del TCU (llamado Zello). Gestión de comunicación de la Presidencia de Intosai (@IntosaiChair).			
8. ¿Qué periodicidad tienen las acciones de comunicación externa realizada en su EFS?					
	Periodicidad	Diario	Semanal	Quincenal	otra
	Conferencias de Prensa				X



	Entrevistas		X		
	Campaña mediática				X
	Boletines		X		
	Comunicado				X
	Otra. (Indique cuál/es)	<p>Artículos para el Portal del TCU (página oficial): diario;</p> <p>Programa de Radio (Minuto del TCU): 3 veces/semana.</p> <p>Distribución de contenidos para listas de transmisión vía WhatsApp: semanal</p> <p>Curación del chatbot (inteligencia artificial) del TCU (llamado Zello): Semanal</p> <p>Gestión de comunicación de la Presidencia de Intosai (@IntosaiChair): diario</p>			

#### 9. ¿Cómo es la relación de la EFS con la prensa nacional?

	No se tiene relación.
	Incipiente
	No es del interés de la EFS tener relación y/o cercanía.
X	Cercana

#### 10. ¿Cuenta con una fuente periodística que de seguimiento a la EFS?

X	Sí
	No
	No se tiene mandato.
	Otra explicación:

#### 11. ¿En los últimos 10 años ha realizado alguna auditoría relacionada con la libertad de prensa?

	Sí.
--	-----



	No	
X	Otra acción/es. (Indique cuál/es)	Inspección de gastos de publicidad del Gobierno Federal (procesos TC-008.196/2019-2 y TC-018.941/2020-6).
<b>12. ¿Su EFS cuenta con un protocolo para redes sociales?</b>		
X	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>13. ¿En su EFS está regulado el uso de información institucional en las redes sociales de las personas servidoras públicas?</b>		
X	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
13.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor comparta el vínculo de consulta.	
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Portaria-TCU n° 330/2019:</a>  <i>(...) Art. 11. La Secom es responsable de crear y mantener los perfiles oficiales del TCU en las redes sociales, así como de crear, producir y distribuir contenidos, de acuerdo con las directrices institucionales.</i></li> </ul> <p>§ 1° <i>Las unidades de la Secretaría del TCU tienen prohibida la creación de perfiles institucionales propios en las redes sociales sin autorización previa de la Secom, que deberá establecer la responsabilidad por los contenidos publicados y el respectivo seguimiento.</i></p> <p>§ 2 <i>Se prohíbe a los empleados y colaboradores del Tribunal crear perfiles en las redes sociales utilizando el nombre o la marca del TCU, así como hablar en nombre de la institución sin la debida autorización (...).</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <a href="#">Código de Conducta Ética para Servidores del TCU:</a>  <i>Art.7 (...)</i>  <i>X – actuar en las redes sociales y medios alternativos de modo que pueda comprometer la credibilidad, la imparcialidad y la imagen del Tribunal de Cuentas de la Unión y de sus agentes públicos, según lo</i></li> </ul>	





	<p><i>establecido reglamentariamente, sin perjuicio del pensamiento crítico y de la libertad de expresión; (...)</i></p> <p><b>§ 3º</b> <i>La actuación prevista en el inciso X deberá seguir las siguientes directrices:</i></p> <p><i>I - el uso de seudónimos en redes sociales y medios alternativos no exime del cumplimiento de las disposiciones establecidas en este código;</i></p> <p><i>II – para no comprometer la imagen del TCU con relación a la independencia, a la imparcialidad, integridad e idoneidad en sus actuaciones, el servidor público debe evitar utilizar el nombre de la Corte o su marca institucional, en los casos de ejercicio de la libertad de expresión, expresión de aprecio o desprecio por personas o instituciones, o incluso partidos políticos al interactuar en redes sociales y medios alternativos;</i></p> <p><i>III - el servidor debe abstenerse de compartir contenidos o expresar apoyo a estos (personas, instituciones, partidos políticos) cuando no exista prueba de la veracidad de la información;</i></p> <p><i>IV - el servidor debe guiarse por el decoro, la moderación y adoptar una conducta respetuosa en las interacciones en redes sociales, evitando ofensas o abusos.</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Lineamientos del <a href="#">Manual de Relación de los empleados del TCU con la prensa</a> (tema: Manifestaciones en redes sociales – pag.15)</li> </ul>
--	---

#### 14. ¿Indique las tres redes sociales que utiliza en mayor medida?

1	Instagram
2	Twitter (X)
3	LinkedIn

¿Por qué?

El TCU está presente en las principales redes sociales – Instagram, Twitter, Facebook y LinkedIn. También hay un perfil, para fotos, en Flickr. El contenido de las publicaciones está dirigido a gestores públicos y ciudadanos y pretende acercar estos públicos a la Corte e involucrarlos en temas prioritarios para el Tribunal.

#### 15. ¿Su EFS cuenta con un protocolo de comunicación externa en condiciones de crisis?

	Sí.	
	No	
X	Otra. (Indique cuál/es)	El TCU tiene, entre sus principales riesgos, situaciones de crisis que implican impacto en



		<p>la imagen, pérdida de credibilidad y escándalo mediático. Para estos riesgos, existen acciones previstas para evitar o mitigar las crisis.</p> <p>En el caso de las crisis estacionales, existe una hoja de ruta ya institucionalizada en la rutina de las autoridades y secretarios generales (alta dirección). Con el fin de articular a los demás gestores de la Corte, existe un vehículo interno para alinear el discurso de mensajes clave (Radar - Alerta Institucional), que se activa en el momento en que ocurren los hechos, cuando sea necesario. De esta forma, es posible que los dirigentes alineen el hecho con sus equipos y también si un interesado externo lo cuestiona.</p>
--	--	---

**16. ¿Su EFS cuenta con un plan de comunicación?**

X	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	

**16.1 En caso de que su respuesta es sí, por favor indique si la puede compartir con otras EFS.**

16.1		No	
	Sí	X	<p>El plan está disponible en “Planejar” (sistema informático que integra todas las acciones del TCU en el plan Estratégico). Sólo tienen acceso a él los colaboradores de TCU, con sus logins institucionales.</p>

**17. ¿Su EFS cuenta con un vocero/a oficial?**



	Sí.	
	No	
X	Otra. (Indique cuál/es)	No hay un solo vocero. Pero hay norma ( <a href="#">Ordenanza TCU 328/2019:</a> ) que establece quién puede hablar en nombre del TCU. Además, la Secom siempre trabaja para responder a todas las solicitudes de los periodistas, incluidas las solicitudes de entrevistas.
<b>18. ¿Quién en su EFS es el/la vocera/o oficial?</b>		
	Titular de la EFS	
	Jefe de comunicación	
X	Otra. (Indique cuál/es)	En general, es el titular de la EFS, pero hay otras posibilidades, como establece la norma ( <a href="#">Ordenanza TCU 328/2019:</a> )
<b>19. ¿En su EFS se cuenta con entrenamiento en medios?</b>		
X	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>20. ¿En su EFS se cuenta con presupuesto específico para acciones de comunicación externa?</b>		
X	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>21. ¿Su EFS brinda capacitación en materia de auditoría gubernamental a periodistas?</b>		
X	Sí	
	No	
21.1	Si su respuesta fue sí, por favor indique cuál es la periodicidad de la capacitación.	
	El TCU ya realizó hace algunos años seminarios presenciales dirigidos a periodistas. Ahora hay cursos abiertos al público externo que también se extienden a la prensa, en los cuales se tratan temas de interés para los	



	medios. Además, se está modelando un curso específico a distancia para periodistas: "TCU para periodistas".		
<b>22. ¿Qué tipo de aprendizajes podría brindar a otras EFS en materia de comunicación externa? (por favor mencione las tres principales)</b>			
1	Crear una cultura de comunicación que involucre a toda la EFS.		
2	Ser oportuno, transparente y respetuoso con la prensa.		
3	Crear un departamento especializado en atender a la prensa y documentar todo en un sistema informático.		
<b>23. ¿Cuenta con un esquema de medición de impacto de la comunicación externa que se realiza en su EFS?</b>			
X	Sí - <b>Contamos con reportes diarios de noticias positivas, negativas y neutras relacionadas con el TCU en la prensa.</b>		
	No		
23.1	En caso de que su respuesta sea sí, ¿podría compartir algún ejemplo en forma posterior?		
	Sí		No
<b>24. ¿Cuenta con convenios de colaboración para impulsar la capacitación en materia de comunicación externa? Mencione las tres principales en caso de que sea afirmativa su respuesta.</b>			
1	Contrato de recorte de noticias (radio, TV, periódico impreso y online)		
2	Capacitación mediática para portavoces (voceros) del TCU		
3	Contrato de prestación laboral con periodistas profesionales		
<b>25. Marque con una "X" los instrumentos que aplica para la comunicación externa en su EFS.</b>			
X	Política de Comunicación de INTOSAI		
X	Directriz de Comunicación de INTOSAI		
X	Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y Beneficios de las EFS		
X	ISSAI 100		
X	INTOSAI P-12		
X	INTOSAI P-20		



X	Plan Estratégico de INTOSAI 2023-2027	
X	Declaración de Río	
	Plan Estratégico de OLACEFS 2023-2028	
X	Política de Comunicación de la OLACEFS	
	Otra. Indique cuál/les:	
<b>26. Cuáles son los tres principales aportes que busca encontrar en materia de comunicación externa en las EFS de la región</b>		
1	Buenas prácticas en soluciones de comunicación	
2	Intercambio de experiencias y desafíos	
3	Metodologías de diseño de estrategias y planificación de la comunicación	
<b>27. ¿Su EFS participa en actividades de la TFIC de INTOSAI?</b>		
X	Sí	
	No	
<b>28. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de INTOSAI?</b>		
X	Sí	
	No	
<b>29. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de OLACEFS?</b>		
X	Sí	
	No	
29.1	Si su respuesta es sí, por favor especifique:	
	Con la CTPBG	
	Con la CTCT y GIZ	Taller de Consolidación de Estrategias de Comunicación Anticorrupción OLACEFS-GIZ
	Otras, indique cuáles.	
<b>30. ¿Indique las tres necesidades prioritarias de su EFS en materia de comunicación externa?</b>		



1	Monitoreo de redes sociales.
2	Integración del sistema de servicio de prensa con recorte de noticias.
3	
<b>31. Si requiere hacer un comentario adicional por favor utilice el siguiente espacio.</b>	

Ciudad de México, agosto 2023.



## DOCUMENTO GUÍA

# “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS” TEMA TÉCNICO 2

**EFS Coordinadora:**

Auditoría Superior de la Federación de  
**México**

**EFS Moderadora:**

Contraloría General de la República  
del **Perú**

Agosto 2023



## ORGANIZACIÓN LATINOAMERICANA Y DEL CARIBE DE ENTIDADES FISCALIZADORAS SUPERIORES (OLACEFS)

### XXXII Asamblea General Ordinaria

#### ANTECEDENTES

En septiembre de 2022 durante la sesión administrativa de la XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS, se aprobaron los temas técnicos a desarrollar durante el 2023. Para el caso del tema técnico 2, la Auditoría Superior de la Federación de México funge como EFS Coordinadora, cuyas responsabilidades para esta etapa de la discusión son preparar la Propuesta Inicial y el Documento Guía, de acuerdo con lo aprobado por la Asamblea General

En coordinación con la Secretaría Ejecutiva deberá solicitar las colaboraciones técnicas, referidas a las respuestas del presente cuestionario a las EFS miembros de OLACEFS. De cuyas aportaciones se obtendrá la ponencia base y resumen que se expondrá en la segunda sesión técnica de la Asamblea General. Tras la discusión y deliberaciones correspondientes se elaborará el informe con las conclusiones, mismas que se sujetarán a aprobación de la Asamblea General.

El objetivo del presente cuestionario es guiar a los miembros que deseen realizar colaboraciones técnicas, a exponer sus experiencias y opiniones para de esta forma enriquecer la propuesta inicial.

Cabe señalar que la confiabilidad y precisión de los datos son responsabilidad de cada EFS.

#### ACERCA DEL CUESTIONARIO

El instrumento consta de 31 preguntas.

Por favor completar este cuestionario, a más tardar el **29 de septiembre de 2023**. En caso de tener alguna duda, por favor envíe sus consultas a la dirección [rmiguel@asf.gob.mx](mailto:rmiguel@asf.gob.mx) y [cooperacion@contraloria.gob.pe](mailto:cooperacion@contraloria.gob.pe)

#### I. INFORMACIÓN DE CONTACTO.

Favor de completar la información de contacto o de aquella persona responsable de la coordinación para el llenado de esta encuesta.

Información de contacto de la persona que responde la encuesta.	
País	CHILE
Nombre(s)	JUAN CLAUDIO
Apellido(s)	GONZÁLEZ BASCUÑÁN





Cargo en su EFS	ANALISTA – UNIDAD DE COOPERACIÓN Y RELACIONES INTERNACIONALES
Dirección de correo electrónico	jgonzalezba@contraloria.cl

## II. INFORMACIÓN DE LA EFS.

<b>1. Nombre oficial de su Entidad Fiscalizadora Superior (EFS).</b>	
CONTRALORÍA GENERAL DE LA REPÚBLICA DE CHILE	
<b>2. Marque con una "X" el alcance fiscalizador de su EFS.</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Federal o Nacional.
<input type="checkbox"/>	Regional.
<input type="checkbox"/>	Nivel Local o Municipal.
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
<b>3. ¿Su EFS cuenta con mandato para llevar a cabo la comunicación externa?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí, en forma amplia.
<input type="checkbox"/>	Sí, con limitaciones.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	No, pero se está legislando.
<b>4. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
4.1	En caso de que su respuesta sea sí, por favor deje el vínculo de consulta. <a href="https://www.contraloria.cl/web/cgr/">https://www.contraloria.cl/web/cgr/</a>
<b>5. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación y está vinculada a su plan estratégico institucional?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.
<input type="checkbox"/>	No



	Otra. (Indique cuál/es)				
<b>6. ¿Su EFS cuenta con un equipo a cargo de la comunicación externa?</b>					
X	Oficina de prensa				
X	Oficina de comunicación social				
	Oficina de difusión				
	Otra. (Indique cuál/es)	DEPARTAMENTO DE COMUNICACIONES Y RELACIONES PÚBLICAS			
<b>7. ¿Qué tipo de acciones de comunicación externa realiza en su EFS?</b>					
X	Conferencias de Prensa				
X	Entrevistas				
X	Campaña mediática				
X	Boletines				
X	Comunicados				
X	Redes sociales				
	Otra. (Indique cuál/es)				
<b>8. ¿Qué periodicidad tienen las acciones de comunicación externa realizada en su EFS?</b>					
	Periodicidad	Diario	Semanal	Quincenal	otra
	Conferencias de Prensa				X
	Entrevistas				X
	Campaña mediática				X
	Boletines				X
	Comunicado			X	
	Otra. (Indique cuál/es)	La CGR realiza gestión de medios de manera diaria.			
<b>9. ¿Cómo es la relación de la EFS con la prensa nacional?</b>					
	No se tiene relación.				
	Incipiente				



	No es del interés de la EFS tener relación y/o cercanía.	
X	Cercana	
<b>10. ¿Cuenta con una fuente periodística que de seguimiento a la EFS?</b>		
X	Sí	
	No	
	No se tiene mandato.	
	Otra explicación:	Entendemos de la pregunta, que todos los medios de prensa tienen y hacen seguimiento de las instituciones públicas del país, de manera permanente. Entre ellas, la CGR de Chile.
<b>11. ¿En los últimos 10 años ha realizado alguna auditoría relacionada con la libertad de prensa?</b>		
	Sí.	
X	No	
	Otra acción/es. (Indique cuál/es)	
<b>12. ¿Su EFS cuenta con un protocolo para redes sociales?</b>		
X	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>13. ¿En su EFS está regulado el uso de información institucional en las redes sociales de las personas servidoras públicas?</b>		
X	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
13.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor comparta el vínculo de consulta.	
	Hay instrucciones permanentes en el "Código de Conducta".	
<b>14. ¿Indique las tres redes sociales que utiliza en mayor medida?</b>		



1	Instagram		
2	X (ex twitter)		
3	Facebook		
¿Por qué?	Porque es donde se generan más interacciones con las personas.		
<b>15. ¿Su EFS cuenta con un protocolo de comunicación externa en condiciones de crisis?</b>			
X	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
<b>16. ¿Su EFS cuenta con un plan de comunicación?</b>			
X	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
16.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor indique si la puede compartir con otras EFS.		
	Sí	No	X
<b>17. ¿Su EFS cuenta con un vocero/a oficial?</b>			
X	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)	Sólo es el Contralor General.	
<b>18. ¿Quién en su EFS es el/la vocera/o oficial?</b>			
X	Titular de la EFS		
	Jefe de comunicación		
	Otra. (Indique cuál/es)		
<b>19. ¿En su EFS se cuenta con entrenamiento en medios?</b>			
x	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		



20. ¿En su EFS se cuenta con presupuesto específico para acciones de comunicación externa?			
	Sí.		
X	No		
	Otra. (Indique cuál/es)	Se trabaja con el presupuesto institucional.	
21. ¿Su EFS brinda capacitación en materia de auditoría gubernamental a periodistas?			
	Sí		
X	No		
21.1	Si su respuesta fue sí, por favor indique cuál es la periodicidad de la capacitación.		
22. ¿Qué tipo de aprendizajes podría brindar a otras EFS en materia de comunicación externa? (por favor mencione las tres principales)			
1	Nunca se debe pelear con los medios.		
2	Mantener estrecha relación con editores y periodistas.		
3	Mantener un monitoreo constante en redes sociales y en los medios, respecto de lo que opinan de la EFS.		
23. ¿Cuenta con un esquema de medición de impacto de la comunicación externa que se realiza en su EFS?			
X	Sí		
	No		
23.1	En caso de que su respuesta sea sí, ¿podría compartir algún ejemplo en forma posterior?		
	Sí	No	X
24. ¿Cuenta con convenios de colaboración para impulsar la capacitación en materia de comunicación externa? Mencione las tres principales en caso de que sea afirmativa su respuesta.			
1			
2			
3			
25. Marque con una "X" los instrumentos que aplica para la comunicación externa en su EFS.			



	Política de Comunicación de INTOSAI
	Directriz de Comunicación de INTOSAI
	Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y Beneficios de las EFS
	ISSAI 100
	INTOSAI P-12
	INTOSAI P-20
X	Plan Estratégico de INTOSAI 2023-2027
	Declaración de Río
X	Plan Estratégico de OLACEFS 2023-2028
	Política de Comunicación de la OLACEFS
	Otra. Indique cuál/les:
<b>26. Cuáles son los tres principales aportes que busca encontrar en materia de comunicación externa en las EFS de la región</b>	
1	Admiramos el formato o modelo audiovisual utilizado por la CGR del Perú.
2	
3	
<b>27. ¿Su EFS participa en actividades de la TFIC de INTOSAI?</b>	
	Sí
X	No
<b>28. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de INTOSAI?</b>	
	Sí
X	No
<b>29. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de OLACEFS?</b>	
	Sí



X	No
29.1	Si su respuesta es sí, por favor especifique:
	Con la CTPBG
	Con la CTCT y GIZ
	Otras, indique cuáles.
<b>30. ¿Indique las tres necesidades prioritarias de su EFS en materia de comunicación externa?</b>	
1	Contar con una herramienta de medición objetiva, parametrizada y metodológicamente sólida sobre percepción de opinión pública de la institución.
2	Desarrollar un motor de búsqueda del primer nivel para el sitio web.
3	Optimizar con SEO y SEM las plataformas digitales de la institución.
<b>31. Si requiere hacer un comentario adicional por favor utilice el siguiente espacio.</b>	

Ciudad de México, agosto 2023.



**“EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.  
FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”  
TEMA TÉCNICO 2**

**DOCUMENTO GUÍA**

**EFS CUBA**

**EFS Coordinadora:**  
Auditoría Superior de la Federación de  
**México**

**EFS Moderadora:**  
Contraloría General de la República  
del **Perú**

Agosto 2023





## ORGANIZACIÓN LATINOAMERICANA Y DEL CARIBE DE ENTIDADES FISCALIZADORAS SUPERIORES (OLACEFS)

### XXXII Asamblea General Ordinaria

#### ANTECEDENTES

En septiembre de 2022 durante la sesión administrativa de la XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS, se aprobaron los temas técnicos a desarrollar durante el 2023. Para el caso del tema técnico 2, la Auditoría Superior de la Federación de México funge como EFS Coordinadora, cuyas responsabilidades para esta etapa de la discusión son preparar la Propuesta Inicial y el Documento Guía, de acuerdo con lo aprobado por la Asamblea General

En coordinación con la Secretaría Ejecutiva deberá solicitar las colaboraciones técnicas, referidas a las respuestas del presente cuestionario a las EFS miembros de OLACEFS. De cuyas aportaciones se obtendrá la ponencia base y resumen que se expondrá en la segunda sesión técnica de la Asamblea General. Tras la discusión y deliberaciones correspondientes se elaborará el informe con las conclusiones, mismas que se sujetarán a aprobación de la Asamblea General.

El objetivo del presente cuestionario es guiar a los miembros que deseen realizar colaboraciones técnicas, a exponer sus experiencias y opiniones para de esta forma enriquecer la propuesta inicial.

Cabe señalar que la confiabilidad y precisión de los datos son responsabilidad de cada EFS.

#### ACERCA DEL CUESTIONARIO

El instrumento consta de 31 preguntas.

Por favor completar este cuestionario, a más tardar el **29 de septiembre de 2023**. En caso de tener alguna duda, por favor envíe sus consultas a la dirección [rmiguel@asf.gob.mx](mailto:rmiguel@asf.gob.mx) y [cooperacion@contraloria.gob.pe](mailto:cooperacion@contraloria.gob.pe)

#### I. INFORMACIÓN DE CONTACTO.

Favor de completar la información de contacto o de aquella persona responsable de la coordinación para el llenado de esta encuesta.

Información de contacto de la persona que responde la encuesta.	
País	Cuba
Nombre(s)	Nelva
Apellido(s)	Ibarra Mirón
Cargo en su EFS	Contralora Jefe de Dirección
Dirección de correo electrónico	nelva.ibarra@contraloria.gob.cu



## II. INFORMACIÓN DE LA EFS.

<b>1. Nombre oficial de su Entidad Fiscalizadora Superior (EFS).</b>	
<b>Contraloría General de la República</b>	
<b>2. Marque con una "X" el alcance fiscalizador de su EFS.</b>	
<b>x</b>	Federal o Nacional.
	Regional.
	Nivel Local o Municipal.
	Otra. (Indique cuál/es)
<b>3. ¿Su EFS cuenta con mandato para llevar a cabo la comunicación externa?</b>	
<b>x</b>	Sí, en forma amplia.
	Sí, con limitaciones.
	No
	No, pero se está legislando.
<b>4. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación?</b>	
<b>x</b>	Sí.
	No
	Otra. (Indique cuál/es)
4.1	En caso de que su respuesta sea sí, por favor deje el vínculo de consulta. <a href="https://www.contraloria.gob.cu/politica-de-comunicacion-de-la-contraloria-general-de-la-republica">https://www.contraloria.gob.cu/politica-de-comunicacion-de-la-contraloria-general-de-la-republica</a>
<b>5. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación y está vinculada a su plan estratégico institucional?</b>	
<b>x</b>	Sí.
	No
	Otra. (Indique cuál/es)
<b>6. ¿Su EFS cuenta con un equipo a cargo de la comunicación externa?</b>	
	Oficina de prensa
	Oficina de comunicación social
	Oficina de difusión
<b>x</b>	Otra. (Indique cuál/es)      Un grupo de trabajo que pertenece a una dirección que abarca además organización, planificación y relaciones internacionales
<b>7. ¿Qué tipo de acciones de comunicación externa realiza en su EFS?</b>	
<b>x</b>	Conferencias de Prensa
<b>x</b>	Entrevistas
<b>x</b>	Campaña mediática
	Boletines



<input checked="" type="checkbox"/>	Comunicados				
<input checked="" type="checkbox"/>	Redes sociales				
<input checked="" type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)	Revista Auditoría y Control, página web institucional			
<b>8. ¿Qué periodicidad tienen las acciones de comunicación externa realizada en su EFS?</b>					
	Periodicidad	Diario	Semanal	Quincena	otra
	Conferencias de Prensa				Según plan
	Entrevistas				Según plan
	Campaña mediática				Según plan
	Boletines				
	Comunicado				Según plan
<input checked="" type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)	Revista tres veces al año			
<b>9. ¿Cómo es la relación de la EFS con la prensa nacional?</b>					
	No se tiene relación.				
	Incipiente				
	No es del interés de la EFS tener relación y/o cercanía.				
<input checked="" type="checkbox"/>	Cercana				
<b>10. ¿Cuenta con una fuente periodística que de seguimiento a la EFS?</b>					
	Sí				
	No				
	No se tiene mandato.				
<input checked="" type="checkbox"/>	Otra explicación:	En cada medio de comunicación del país existen profesionales que se especializan en el seguimiento a la labor de la EFS y su difusión			
<b>11. ¿En los últimos 10 años ha realizado alguna auditoría relacionada con la libertad de prensa?</b>					
	Sí.				
<input checked="" type="checkbox"/>	No				
	Otra acción/es. (Indique cuál/es)				
<b>12. ¿Su EFS cuenta con un protocolo para redes sociales?</b>					
	Sí.				
	No				
<input checked="" type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)	Indicaciones de la Contralora General para el manejo de redes, además de lo contenido en procedimientos de funcionamiento interno.			
<b>13. ¿En su EFS está regulado el uso de información institucional en las redes sociales de las personas servidoras públicas?</b>					
	Sí.				



	No	
<b>x</b>	Otra. (Indique cuál/es)	Se ajusta a lo expuesto en la pregunta anterior
13.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor comparta el vínculo de consulta.	
<b>14.</b>	<b>¿Indique las tres redes sociales que utiliza en mayor medida?</b>	
1	Twitter (X)	
2	Facebook	
3	Telegram	
	¿Por qué?	Son las más utilizadas en el país
<b>15.</b>	<b>¿Su EFS cuenta con un protocolo de comunicación externa en condiciones de crisis?</b>	
<b>x</b>	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>16.</b>	<b>¿Su EFS cuenta con un plan de comunicación?</b>	
<b>x</b>	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	Los planes de comunicación se elaboran según las actividades y acciones de control planificadas cada mes
16.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor indique si la puede compartir con otras EFS.	
	Sí	No
<b>17.</b>	<b>¿Su EFS cuenta con un vocero/a oficial?</b>	
<b>x</b>	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>18.</b>	<b>¿Quién en su EFS es el/la vocera/o oficial?</b>	
<b>x</b>	Titular de la EFS	
	Jefe de comunicación	
	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>19.</b>	<b>¿En su EFS se cuenta con entrenamiento en medios?</b>	
<b>x</b>	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>20.</b>	<b>¿En su EFS se cuenta con presupuesto específico para acciones</b>	



de comunicación externa?			
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.		
<input type="checkbox"/>	No		
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)		
21. ¿Su EFS brinda capacitación en materia de auditoría gubernamental a periodistas?			
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí		
<input type="checkbox"/>	No		
21.1	Si su respuesta fue sí, por favor indique cuál es la periodicidad de la capacitación.		
	Según planificación en el año		
22. ¿Qué tipo de aprendizajes podría brindar a otras EFS en materia de comunicación externa? (por favor mencione las tres principales)			
1	Intercambios con la prensa nacional y local		
2	Elaboración de materiales de interés público en coordinación con la televisión cubana		
3	Capacitación a profesionales de los medios en temas de interés de nuestro trabajo		
23. ¿Cuenta con un esquema de medición de impacto de la comunicación externa que se realiza en su EFS?			
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí		
<input type="checkbox"/>	No		
23.1	En caso de que su respuesta sea sí, ¿podría compartir algún ejemplo en forma posterior?		
	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. ¿Cuenta con convenios de colaboración para impulsar la capacitación en materia de comunicación externa? Mencione las tres principales en caso de que sea afirmativa su respuesta.			
1	Convenio con la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales		
2	Trabajo coordinado con el Instituto de Información y Comunicación el país		
3			
25. Marque con una "X" los instrumentos que aplica para la comunicación externa en su EFS.			
<input checked="" type="checkbox"/>	Política de Comunicación de INTOSAI		
<input checked="" type="checkbox"/>	Directriz de Comunicación de INTOSAI		
<input checked="" type="checkbox"/>	Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y Beneficios de las EFS		
<input checked="" type="checkbox"/>	ISSAI 100		
<input checked="" type="checkbox"/>	INTOSAI P-12		
<input checked="" type="checkbox"/>	INTOSAI P-20		
<input checked="" type="checkbox"/>	Plan Estratégico de INTOSAI 2023-2027		
<input checked="" type="checkbox"/>	Declaración de Río		
<input checked="" type="checkbox"/>	Plan Estratégico de OLACEFS 2023-2028		



<input checked="" type="checkbox"/>	Política de Comunicación de la OLACEFS	
<input checked="" type="checkbox"/>	Otra. Indique cuál/les: Estrategia de Comunicación de la OCCEFS	
<b>26. Cuáles son los tres principales aportes que busca encontrar en materia de comunicación externa en las EFS de la reg</b>		
1	Formas de comunicación hacia público externo	
2	Formas para compartir resultados de auditorías	
3		
<b>27. ¿Su EFS participa en actividades de la TFIC de INTOSAI?</b>		
	Sí	
<input checked="" type="checkbox"/>	No	
<b>28. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de INTOSAI?</b>		
	Sí	
<input checked="" type="checkbox"/>	No	
<b>29. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de OLACEFS?</b>		
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí	
	No	
29.1	Si su respuesta es sí, por favor especifique:	
	Con la CTPBG	<input checked="" type="checkbox"/>
	Con la CTCT y GIZ	<input checked="" type="checkbox"/>
	Otras, indique cuáles.	
<b>30. ¿Indique las tres necesidades prioritarias de su EFS en materia de comunicación externa?</b>		
1	Conocer las diversas formas que se utilizan en la región para dar a conocer los resultados de auditorías	
2	Formas diversas de combinar las nuevas tecnologías en el proceso de comunicación	
3		
<b>31. Si requiere hacer un comentario adicional por favor utilice el siguiente espacio.</b>		



## DOCUMENTO GUÍA

# “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS” TEMA TÉCNICO 2

**EFS Coordinadora:**

Auditoría Superior de la Federación de  
**México**

**EFS Moderadora:**

Contraloría General de la República  
del **Perú**

Agosto 2023



# ORGANIZACIÓN LATINOAMERICANA Y DEL CARIBE DE ENTIDADES FISCALIZADORAS SUPERIORES (OLACEFS)

## XXXII Asamblea General Ordinaria

### ANTECEDENTES

En septiembre de 2022 durante la sesión administrativa de la XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS, se aprobaron los temas técnicos a desarrollar durante el 2023. Para el caso del tema técnico 2, la Auditoría Superior de la Federación de México funge como EFS Coordinadora, cuyas responsabilidades para esta etapa de la discusión son preparar la Propuesta Inicial y el Documento Guía, de acuerdo con lo aprobado por la Asamblea General

En coordinación con la Secretaría Ejecutiva deberá solicitar las colaboraciones técnicas, referidas a las respuestas del presente cuestionario a las EFS miembros de OLACEFS. De cuyas aportaciones se obtendrá la ponencia base y resumen que se expondrá en la segunda sesión técnica de la Asamblea General. Tras la discusión y deliberaciones correspondientes se elaborará el informe con las conclusiones, mismas que se sujetarán a aprobación de la Asamblea General.

El objetivo del presente cuestionario es guiar a los miembros que deseen realizar colaboraciones técnicas, a exponer sus experiencias y opiniones para de esta forma enriquecer la propuesta inicial.

Cabe señalar que la confiabilidad y precisión de los datos son responsabilidad de cada EFS.

### ACERCA DEL CUESTIONARIO

El instrumento consta de 31 preguntas.

Por favor completar este cuestionario, a más tardar el **29 de septiembre de 2023**. En caso de tener alguna duda, por favor envíe sus consultas a la dirección [rmiguel@asf.gob.mx](mailto:rmiguel@asf.gob.mx) y [cooperacion@contraloria.gob.pe](mailto:cooperacion@contraloria.gob.pe)

#### I. INFORMACIÓN DE CONTACTO.

Favor de completar la información de contacto o de aquella persona responsable de la coordinación para el llenado de esta encuesta.

Información de contacto de la persona que responde la encuesta.	
País	El Salvador
Nombre(s)	Mario Antonio
Apellido(s)	Pacheco Landaverde
Cargo en su EFS	Director de Comunicaciones





Dirección de correo electrónico	mpacheco@cortedecuentas.gob.sv
---------------------------------	--------------------------------

## II. INFORMACIÓN DE LA EFS.

<b>1. Nombre oficial de su Entidad Fiscalizadora Superior (EFS).</b>	
Corte de Cuentas de la República de El Salvador	
<b>2. Marque con una "X" el alcance fiscalizador de su EFS.</b>	
X	Federal o Nacional.
	Regional.
	Nivel Local o Municipal.
	Otra. (Indique cuál/es)
<b>3. ¿Su EFS cuenta con mandato para llevar a cabo la comunicación externa?</b>	
X	Sí, en forma amplia.
	Sí, con limitaciones.
	No
	No, pero se está legislando.
<b>4. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación?</b>	
X	Sí.
	No
	Otra. (Indique cuál/es)
4.1	En caso de que su respuesta sea sí, por favor deje el vínculo de consulta. <a href="https://www.cortedecuentas.gob.sv/phocadownload/trsp/mn/mbdeorganizacion/MANUAL%20DE%20COMUNICACION%20FORMAL%20INTERNA.pdf">https://www.cortedecuentas.gob.sv/phocadownload/trsp/mn/mbdeorganizacion/MANUAL%20DE%20COMUNICACION%20FORMAL%20INTERNA.pdf</a>
<b>5. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación y está vinculada a su plan estratégico institucional?</b>	
X	Sí.
	No
	Otra. (Indique cuál/es)
<b>6. ¿Su EFS cuenta con un equipo a cargo de la comunicación externa?</b>	



	Oficina de prensa	
	Oficina de comunicación social	
	Oficina de difusión	
x	Otra. (Indique cuál/es)	Dirección de Comunicaciones (integrada por áreas enfocadas a las comunicación externa: Prensa, Publicaciones y Multimedia.

**7. ¿Qué tipo de acciones de comunicación externa realiza en su EFS?**

X	Conferencias de Prensa	
	Entrevistas	
X	Campaña mediática	
X	Boletines	
X	Comunicados	
X	Redes sociales	
	Otra. (Indique cuál/es)	

**8. ¿Qué periodicidad tienen las acciones de comunicación externa realizada en su EFS?**

Periodicidad	Diario	Semanal	Quincenal	otra
Conferencias de Prensa				Trimestral
Entrevistas				
Campaña mediática				Anual
Boletines	X			
Comunicado				Trimestral
Otra. (Indique cuál/es)	Campañas en redes sociales (quincenal)			

**9. ¿Cómo es la relación de la EFS con la prensa nacional?**

	No se tiene relación.
X	Incipiente
	No es del interés de la EFS tener relación y/o cercanía.



	Cercana
<b>10. ¿Cuenta con una fuente periodística que de seguimiento a la EFS?</b>	
	Sí
	No
	No se tiene mandato.
	Otra explicación: Sí, son diferentes periodistas de distintos medios de comunicación los que asisten a conferencias de prensa, usualmente los periodistas asistentes dan seguimiento a la Corte de Cuentas de la República.
<b>11. ¿En los últimos 10 años ha realizado alguna auditoría relacionada con la libertad de prensa?</b>	
	Sí.
X	No
	Otra acción/es. (Indique cuál/es)
<b>12. ¿Su EFS cuenta con un protocolo para redes sociales?</b>	
X	Sí.
	No
	Otra. (Indique cuál/es)
<b>13. ¿En su EFS está regulado el uso de información institucional en las redes sociales de las personas servidoras públicas?</b>	
X	Sí.
	No
	Otra. (Indique cuál/es)
13.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor comparta el vínculo de consulta. <a href="https://drive.google.com/file/d/1XEG_tTTWQyJx5r_5bAGzWUqi_NXrOg_N/view?usp=drive_link">https://drive.google.com/file/d/1XEG_tTTWQyJx5r_5bAGzWUqi_NXrOg_N/view?usp=drive_link</a>
<b>14. ¿Indique las tres redes sociales que utiliza en mayor medida?</b>	
1	Twitter



2	Facebook		
3	Instagram		
¿Por qué?	Twitter por que concentra la mayoría de entidades sujetas a fiscalización, sociedad civil organizada y medios. Facebook es una red social dirigida a los ciudadanos y en cuanto a Instagram se considera como una red social emergente en la que participan jóvenes y adultos jóvenes.		
<b>15. ¿Su EFS cuenta con un protocolo de comunicación externa en condiciones de crisis?</b>			
X	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
<b>16. ¿Su EFS cuenta con un plan de comunicación?</b>			
X	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
16.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor indique si la puede compartir con otras EFS.		
	Sí	No	X
<b>17. ¿Su EFS cuenta con un vocero/a oficial?</b>			
X	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
<b>18. ¿Quién en su EFS es el/la vocera/o oficial?</b>			
X	Titular de la EFS		
	Jefe de comunicación		
	Otra. (Indique cuál/es)		
<b>19. ¿En su EFS se cuenta con entrenamiento en medios?</b>			
X	Sí.		
	No		



	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>20. ¿En su EFS se cuenta con presupuesto específico para acciones de comunicación externa?</b>		
X	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>21. ¿Su EFS brinda capacitación en materia de auditoría gubernamental a periodistas?</b>		
X	Sí	
	No	
21.1	Si su respuesta fue sí, por favor indique cuál es la periodicidad de la capacitación.	
	Durante este año no se han realizado, pero se en 2020, 2021 y 2022 se tuvo la experiencia al realizar 3 ediciones del Diplomado en Fiscalización para periodistas, en modalidad de conversatorios. <a href="https://www.cortedecuentas.gob.sv/index.php/en/noticias/item/456-tercer-grupo-de-periodistas-recibe-diploma-en-fiscalizacion-gubernamental">https://www.cortedecuentas.gob.sv/index.php/en/noticias/item/456-tercer-grupo-de-periodistas-recibe-diploma-en-fiscalizacion-gubernamental</a>	
<b>22. ¿Qué tipo de aprendizajes podría brindar a otras EFS en materia de comunicación externa? (por favor mencione las tres principales)</b>		
1	Campañas educativas permanentes sobre los procesos misionales.	
2	Envío de materiales multimedia (Foto, vídeo, audio) a los medios de comunicación, a fin de socializar resultados de fiscalización.	
3	Producción de materiales informativos en diferentes formatos a fin de comunicar el valor y beneficio de la EFS.	
<b>23. ¿Cuenta con un esquema de medición de impacto de la comunicación externa que se realiza en su EFS?</b>		
X	Sí	
	No	
23.1	En caso de que su respuesta sea sí, ¿podría compartir algún ejemplo en forma posterior?	
	Sí	Se realiza una medición de percepción de
	No	



		la ciudadanía sobre la CCR		
<b>24. ¿Cuenta con convenios de colaboración para impulsar la capacitación en materia de comunicación externa? Mencione las tres principales en caso de que sea afirmativa su respuesta.</b>				
1				
2				
3				
<b>25. Marque con una "X" los instrumentos que aplica para la comunicación externa en su EFS.</b>				
	Política de Comunicación de INTOSAI			
	Directriz de Comunicación de INTOSAI			
	Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y Beneficios de las EFS			
X	ISSAI 100			
X	INTOSAI P-12			
X	INTOSAI P-20			
	Plan Estratégico de INTOSAI 2023-2027			
	Declaración de Río			
	Plan Estratégico de OLACEFS 2023-2028			
X	Política de Comunicación de la OLACEFS			
	Otra. Indique cuál/les:			
<b>26. Cuáles son los tres principales aportes que busca encontrar en materia de comunicación externa en las EFS de la región</b>				
1	Oportunidades de mejora en la atención a periodistas y medios de comunicación.			
2	Atención a crisis mediáticas y en redes sociales.			
3	Atención a nuevos agentes de comunicación: influencer, youtubers, toktokers.			



27. ¿Su EFS participa en actividades de la TFIC de INTOSAI?							
	Sí						
	No						
28. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de INTOSAI?							
	Sí						
X	No						
29. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de OLACEFS?							
X	Sí						
	No						
29.	Si su respuesta es sí, por favor especifique:						
1	<table border="1"> <tr> <td>Con la CTPBG</td> <td>Aportes de buenas prácticas de comunicación interna</td> </tr> <tr> <td>Con la CTCT y GIZ</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Otras, indique cuáles.</td> <td></td> </tr> </table>	Con la CTPBG	Aportes de buenas prácticas de comunicación interna	Con la CTCT y GIZ		Otras, indique cuáles.	
Con la CTPBG	Aportes de buenas prácticas de comunicación interna						
Con la CTCT y GIZ							
Otras, indique cuáles.							
30. ¿Indique las tres necesidades prioritarias de su EFS en materia de comunicación externa?							
1	Estrategias de comunicación de resultados de fiscalización.						
2	Manejo de redes sociales emergentes como Threads, Tik Tok, en función de las labores de fiscalización.						
3	Nuevos formatos para potencializar la comunicación externa: podcasts, gamificación, entre otros.						
31. Si requiere hacer un comentario adicional por favor utilice el siguiente espacio.							

Ciudad de México, agosto 2023.



## DOCUMENTO GUÍA

# “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS” TEMA TÉCNICO 2

**EFS Coordinadora:**

Auditoría Superior de la Federación de  
**México**

**EFS Moderadora:**

Contraloría General de la República  
del **Perú**

Agosto 2023





# ORGANIZACIÓN LATINOAMERICANA Y DEL CARIBE DE ENTIDADES FISCALIZADORAS SUPERIORES (OLACEFS)

## XXXII Asamblea General Ordinaria

### ANTECEDENTES

En septiembre de 2022 durante la sesión administrativa de la XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS, se aprobaron los temas técnicos a desarrollar durante el 2023. Para el caso del tema técnico 2, la Auditoría Superior de la Federación de México funge como EFS Coordinadora, cuyas responsabilidades para esta etapa de la discusión son preparar la Propuesta Inicial y el Documento Guía, de acuerdo con lo aprobado por la Asamblea General

En coordinación con la Secretaría Ejecutiva deberá solicitar las colaboraciones técnicas, referidas a las respuestas del presente cuestionario a las EFS miembros de OLACEFS. De cuyas aportaciones se obtendrá la ponencia base y resumen que se expondrá en la segunda sesión técnica de la Asamblea General. Tras la discusión y deliberaciones correspondientes se elaborará el informe con las conclusiones, mismas que se sujetarán a aprobación de la Asamblea General.

El objetivo del presente cuestionario es guiar a los miembros que deseen realizar colaboraciones técnicas, a exponer sus experiencias y opiniones para de esta forma enriquecer la propuesta inicial.

Cabe señalar que la confiabilidad y precisión de los datos son responsabilidad de cada EFS.

### ACERCA DEL CUESTIONARIO

El instrumento consta de 31 preguntas.

Por favor completar este cuestionario, a más tardar el **29 de septiembre de 2023**. En caso de tener alguna duda, por favor envíe sus consultas a la dirección [rmiguel@asf.gob.mx](mailto:rmiguel@asf.gob.mx) y [cooperacion@contraloria.gob.pe](mailto:cooperacion@contraloria.gob.pe)

#### I. INFORMACIÓN DE CONTACTO.

Favor de completar la información de contacto o de aquella persona responsable de la coordinación para el llenado de esta encuesta.

Información de contacto de la persona que responde la encuesta.	
País	<b>GUATEMALA</b>
Nombre(s)	<b>Heidi Lorena</b>
Apellido(s)	<b>Melgar Reyna</b>
Cargo en su EFS	<b>Asesor Específico, Órgano Consultor y Asesor Técnico y Profesional</b>



Dirección de correo electrónico	<a href="mailto:hmelgar@contraloria.gob.gt">hmelgar@contraloria.gob.gt</a> / <a href="mailto:icrooks@contraloria.gob.gt">icrooks@contraloria.gob.gt</a>
---------------------------------	---

## II. INFORMACIÓN DE LA EFS.

<b>1. Nombre oficial de su Entidad Fiscalizadora Superior (EFS).</b>	
<b>CONTRALORÍA GENERAL DE CUENTAS DE LA REPÚBLICA DE GUATEMALA</b>	
<b>2. Marque con una "X" el alcance fiscalizador de su EFS.</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Federal o Nacional.
<input type="checkbox"/>	Regional.
<input type="checkbox"/>	Nivel Local o Municipal.
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
<b>3. ¿Su EFS cuenta con mandato para llevar a cabo la comunicación externa?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí, en forma amplia.
<input type="checkbox"/>	Sí, con limitaciones.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	No, pero se está legislando.
<b>4. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
4.1	En caso de que su respuesta sea sí, por favor deje el vínculo de consulta. <i>Si existe una política y una estrategia de comunicación pero se trabaja a nivel interno. No son documentos que se tienen a la vista pública.</i>
<b>5. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación y está vinculada a su plan estratégico institucional?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)



6. ¿Su EFS cuenta con un equipo a cargo de la comunicación externa?					
<input checked="" type="checkbox"/>	Oficina de prensa				
<input checked="" type="checkbox"/>	Oficina de comunicación social				
	Oficina de difusión				
	Otra. (Indique cuál/es)				
7. ¿Qué tipo de acciones de comunicación externa realiza en su EFS?					
<input checked="" type="checkbox"/>	Conferencias de Prensa				
<input checked="" type="checkbox"/>	Entrevistas				
<input checked="" type="checkbox"/>	Campaña mediática				
<input checked="" type="checkbox"/>	Boletines				
<input checked="" type="checkbox"/>	Comunicados				
<input checked="" type="checkbox"/>	Redes sociales				
	Otra. (Indique cuál/es)				
8. ¿Qué periodicidad tienen las acciones de comunicación externa realizada en su EFS?					
	Periodicidad	Diario	Semanal	Quincenal	otra
	Conferencias de Prensa				<input checked="" type="checkbox"/>
	Entrevistas				<input checked="" type="checkbox"/>
	Campaña mediática				<input checked="" type="checkbox"/>
	Boletines				<input checked="" type="checkbox"/>
	Comunicado				
	Otra. (Indique cuál/es)				
9. ¿Cómo es la relación de la EFS con la prensa nacional?					
	No se tiene relación.				
	Incipiente				
	No es del interés de la EFS tener relación y/o cercanía.				
<input checked="" type="checkbox"/>	Cercana				



10. ¿Cuenta con una fuente periodística que de seguimiento a la EFS?	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	No se tiene mandato.
<input type="checkbox"/>	Otra explicación: <b>A REQUERIMIENTO</b>
11. ¿En los últimos 10 años ha realizado alguna auditoría relacionada con la libertad de prensa?	
<input type="checkbox"/>	Sí.
<input checked="" type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	Otra acción/es. (Indique cuál/es) <b>No compete a las atribuciones de la Contraloría General de Cuentas</b>
12. ¿Su EFS cuenta con un protocolo para redes sociales?	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es) <b>Se genera la información, se verifica, aprueba y publica.</b>
13. ¿En su EFS está regulado el uso de información institucional en las redes sociales de las personas servidoras públicas?	
<input type="checkbox"/>	Sí.
<input checked="" type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
13.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor comparta el vínculo de consulta.
14. ¿Indique las tres redes sociales que utiliza en mayor medida?	
1	<b>Facebook</b>
2	<b>X (Twitter)</b>
3	<b>Youtube (Plataforma del noticiero CONTRALORÍA TV)</b>
¿Por qué?	<b>Las redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube son ampliamente utilizadas porque ofrecen una variedad de contenido multimedia, como texto, imágenes, videos y</b>



transmisiones en vivo, lo que permite a los usuarios obtener información de diferentes maneras. Además, estas plataformas tienen una gran base de usuarios en las cuentas institucionales de la Contraloría General de Cuentas, lo que significa que hay una audiencia disponible para interactuar y compartir el contenido, permitiendo comunicarse como parte de la rutina diaria para mantenerse informada, entretenerse y estar en contacto con otros.

La popularidad de Facebook, Twitter y YouTube se debe a su diversidad de contenido, tamaño de audiencia, facilidad de uso y su capacidad para satisfacer una variedad de necesidades de comunicación hacia los usuarios.

**15. ¿Su EFS cuenta con un protocolo de comunicación externa en condiciones de crisis?**

<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.
	No
	Otra. (Indique cuál/es)

**16. ¿Su EFS cuenta con un plan de comunicación?**

<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.
	No
	Otra. (Indique cuál/es)

16.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor indique si la puede compartir con otras EFS.			
	<table border="1"> <tr> <td>Sí</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>No</td> </tr> </table>	Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	No
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	No		

**17. ¿Su EFS cuenta con un vocero/a oficial?**

<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.
	No
	Otra. (Indique cuál/es)

**18. ¿Quién en su EFS es el/la vocera/o oficial?**

<input checked="" type="checkbox"/>	Titular de la EFS
	Jefe de comunicación
	Otra. (Indique cuál/es)



19. ¿En su EFS se cuenta con entrenamiento en medios?				
	Sí.			
<input checked="" type="checkbox"/>	No			
	Otra. (Indique cuál/es)			
20. ¿En su EFS se cuenta con presupuesto específico para acciones de comunicación externa?				
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.			
	No			
	Otra. (Indique cuál/es)			
21. ¿Su EFS brinda capacitación en materia de auditoría gubernamental a periodistas?				
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí			
	No			
21.1	Si su respuesta fue sí, por favor indique cuál es la periodicidad de la capacitación.			
	<b>Semestral</b>			
22. ¿Qué tipo de aprendizajes podría brindar a otras EFS en materia de comunicación externa? (por favor mencione las tres principales)				
1	<b>Noticiero Institucional</b>			
2	<b>Pantallas dentro de las instalaciones</b>			
3	<b>Encuesta de satisfacción en la página Web institucional</b>			
23. ¿Cuenta con un esquema de medición de impacto de la comunicación externa que se realiza en su EFS?				
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí			
	No			
23.1	En caso de que su respuesta sea sí, ¿podría compartir algún ejemplo en forma posterior? <b>Metricool – Encuesta de satisfacción – Herramientas e medición RRSS.</b>			
	<table border="1"> <tr> <td>Sí</td> <td><input checked="" type="checkbox"/></td> <td>No</td> </tr> </table>	Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	No
Sí	<input checked="" type="checkbox"/>	No		



<b>24. ¿Cuenta con convenios de colaboración para impulsar la capacitación en materia de comunicación externa? Mencione las tres principales en caso de que sea afirmativa su respuesta.</b>	
1	<b>No se tienen convenios.</b>
2	
3	
<b>25. Marque con una "X" los instrumentos que aplica para la comunicación externa en su EFS.</b>	
	Política de Comunicación de INTOSAI
	Directriz de Comunicación de INTOSAI
	Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y Beneficios de las EFS
	ISSAI 100
	INTOSAI P-12
	INTOSAI P-20
	Plan Estratégico de INTOSAI 2023-2027
	Declaración de Río
<input checked="" type="checkbox"/>	Plan Estratégico de OLACEFS 2023-2028
<input checked="" type="checkbox"/>	Política de Comunicación de la OLACEFS
	Otra. Indique cuál/les:
<b>26. Cuáles son los tres principales aportes que busca encontrar en materia de comunicación externa en las EFS de la región</b>	
1	<b>Noticiero Institucional</b>
2	<b>Revista Institucional</b>
3	<b>Capacitaciones y Diplomados Externos</b>
<b>27. ¿Su EFS participa en actividades de la TFIC de INTOSAI?</b>	
	Sí
<input checked="" type="checkbox"/>	No



28. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de INTOSAI?							
	Sí						
<input checked="" type="checkbox"/>	No						
29. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de OLACEFS?							
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí						
	No						
29.1	Si su respuesta es sí, por favor especifique:						
	<table border="1"> <tr> <td>Con la CTPBG</td> <td><b>Por 3er. año consecutivo la CGC participa en IDIGI EFS, actividad en el marco de la Comisión Técnica de Prácticas de Buena Gobernanza (CTPBG)</b></td> </tr> <tr> <td>Con la CTCT y GIZ</td> <td><b>En el marco del Proyecto Regional Fortalecimiento del Control Externo para Prevención y Combate Eficaz contra la Corrupción, de la Cooperación Técnica Alemana (GIZ) y OLACEFS, se participó en el Taller de consolidación de Estrategias de Comunicación Anticorrupción</b></td> </tr> <tr> <td>Otras, indique cuáles.</td> <td></td> </tr> </table>	Con la CTPBG	<b>Por 3er. año consecutivo la CGC participa en IDIGI EFS, actividad en el marco de la Comisión Técnica de Prácticas de Buena Gobernanza (CTPBG)</b>	Con la CTCT y GIZ	<b>En el marco del Proyecto Regional Fortalecimiento del Control Externo para Prevención y Combate Eficaz contra la Corrupción, de la Cooperación Técnica Alemana (GIZ) y OLACEFS, se participó en el Taller de consolidación de Estrategias de Comunicación Anticorrupción</b>	Otras, indique cuáles.	
Con la CTPBG	<b>Por 3er. año consecutivo la CGC participa en IDIGI EFS, actividad en el marco de la Comisión Técnica de Prácticas de Buena Gobernanza (CTPBG)</b>						
Con la CTCT y GIZ	<b>En el marco del Proyecto Regional Fortalecimiento del Control Externo para Prevención y Combate Eficaz contra la Corrupción, de la Cooperación Técnica Alemana (GIZ) y OLACEFS, se participó en el Taller de consolidación de Estrategias de Comunicación Anticorrupción</b>						
Otras, indique cuáles.							
30. ¿Indique las tres necesidades prioritarias de su EFS en materia de comunicación externa?							
1	<b>Equipo tecnológico apropiado para el desarrollo de las actividades de la Dirección de Comunicación</b>						
2	<b>Capacitaciones para actualizar al personal</b>						
3	<b>Personal especializado</b>						
31. Si requiere hacer un comentario adicional por favor utilice el siguiente espacio.							

Ciudad de Guatemala, septiembre de 2023.





## DOCUMENTO GUÍA

# “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS” TEMA TÉCNICO 2

**EFS Coordinadora:**

Auditoría Superior de la Federación de  
**México**

**EFS Moderadora:**

Contraloría General de la República  
del **Perú**

Agosto 2023



## ORGANIZACIÓN LATINOAMERICANA Y DEL CARIBE DE ENTIDADES FISCALIZADORAS SUPERIORES (OLACEFS)

### XXXII Asamblea General Ordinaria

#### ANTECEDENTES

En septiembre de 2022 durante la sesión administrativa de la XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS, se aprobaron los temas técnicos a desarrollar durante el 2023. Para el caso del tema técnico 2, la Auditoría Superior de la Federación de México funge como EFS Coordinadora, cuyas responsabilidades para esta etapa de la discusión son preparar la Propuesta Inicial y el Documento Guía, de acuerdo con lo aprobado por la Asamblea General

En coordinación con la Secretaría Ejecutiva deberá solicitar las colaboraciones técnicas, referidas a las respuestas del presente cuestionario a las EFS miembros de OLACEFS. De cuyas aportaciones se obtendrá la ponencia base y resumen que se expondrá en la segunda sesión técnica de la Asamblea General. Tras la discusión y deliberaciones correspondientes se elaborará el informe con las conclusiones, mismas que se sujetarán a aprobación de la Asamblea General.

El objetivo del presente cuestionario es guiar a los miembros que deseen realizar colaboraciones técnicas, a exponer sus experiencias y opiniones para de esta forma enriquecer la propuesta inicial.

Cabe señalar que la confiabilidad y precisión de los datos son responsabilidad de cada EFS.

#### ACERCA DEL CUESTIONARIO

El instrumento consta de 31 preguntas.

Por favor completar este cuestionario, a más tardar el **29 de septiembre de 2023**. En caso de tener alguna duda, por favor envíe sus consultas a la dirección [rmiguel@asf.gob.mx](mailto:rmiguel@asf.gob.mx) y [cooperacion@contraloria.gob.pe](mailto:cooperacion@contraloria.gob.pe)

#### I. INFORMACIÓN DE CONTACTO.

Favor de completar la información de contacto o de aquella persona responsable de la coordinación para el llenado de esta encuesta.

Información de contacto de la persona que responde la encuesta.	
País	Panamá
Nombre(s)	Kelyneth
Apellido(s)	Pérez
Cargo en su EFS	Directora Nacional de Comunicación Social



Dirección de correo electrónico	keperez@contraloria.gob.pa
---------------------------------	----------------------------

## II. INFORMACIÓN DE LA EFS.

<b>1. Nombre oficial de su Entidad Fiscalizadora Superior (EFS).</b>	
Contraloría General de la República	
<b>2. Marque con una "X" el alcance fiscalizador de su EFS.</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Federal o <b>Nacional</b> .
<input type="checkbox"/>	Regional.
<input type="checkbox"/>	Nivel Local o Municipal.
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
<b>3. ¿Su EFS cuenta con mandato para llevar a cabo la comunicación externa?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí, en forma amplia.
<input type="checkbox"/>	Sí, con limitaciones.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	No, pero se está legislando.
<b>4. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
4.1	En caso de que su respuesta sea sí, por favor deje el vínculo de consulta. <a href="https://www.contraloria.gob.pa/assets/plan-estrat%c3%a9gico-cgr-2020-2024---nuevo.pdf">https://www.contraloria.gob.pa/assets/plan-estrat%c3%a9gico-cgr-2020-2024---nuevo.pdf</a> <a href="https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/28880_A/75222.pdf">https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/28880_A/75222.pdf</a> <a href="https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/28201_A/59639.pdf">https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/28201_A/59639.pdf</a>
<b>5. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación y está vinculada a su plan estratégico institucional?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí
<input type="checkbox"/>	No



	Otra. (Indique cuál/es)				
<b>6. ¿Su EFS cuenta con un equipo a cargo de la comunicación externa?</b>					
	Oficina de prensa				
X	Oficina de comunicación social				
X	Oficina de difusión				
	Otra. (Indique cuál/es)				
<b>7. ¿Qué tipo de acciones de comunicación externa realiza en su EFS?</b>					
X	Conferencias de Prensa				
X	Entrevistas				
X	Campaña mediática				
X	Boletines				
X	Comunicados				
X	Redes sociales				
	Otra. (Indique cuál/es)	Página web de la Contraloría, Spinnetix, Revista, Galería Fotografía.			
<b>8. ¿Qué periodicidad tienen las acciones de comunicación externa realizada en su EFS?</b>					
	Periodicidad	Diario	Semanal	Quincenal	otra
	Conferencias de Prensa				Cuando se requiere
	Entrevistas				Cuando se requiere
	Campaña mediática				Cuando se requiere
	Boletines				Cuando se requiere
	Comunicado				Cuando se requiere
	Otra. (Indique cuál/es)	Las acciones comunicativas pueden variar entorno a las necesidades de las EFS.			



9. ¿Cómo es la relación de la EFS con la prensa nacional?	
	No se tiene relación.
	Incipiente
	No es del interés de la EFS tener relación y/o cercanía.
X	Cercana
10. ¿Cuenta con una fuente periodística que de seguimiento a la EFS?	
X	Sí
	No
	No se tiene mandato.
	Otra explicación:
11. ¿En los últimos 10 años ha realizado alguna auditoría relacionada con la libertad de prensa?	
	Sí.
X	No
	Otra acción/es. (Indique cuál/es)
12. ¿Su EFS cuenta con un protocolo para redes sociales?	
X	Sí.
	No
	Otra. (Indique cuál/es)
13. ¿En su EFS está regulado el uso de información institucional en las redes sociales de las personas servidoras públicas?	
	Sí.
X	No
	Otra. (Indique cuál/es)
13.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor comparta el vínculo de consulta.



14. ¿Indique las tres redes sociales que utiliza en mayor medida?			
1	Instagram		
2	Twitter		
3	Youtube		
¿Por qué?	Hemos activado en los últimos años una dinámica efectiva en las principales redes sociales y estas son las principales redes debido a su alcance en la población panameña.		
15. ¿Su EFS cuenta con un protocolo de comunicación externa en condiciones de crisis?			
X	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
16. ¿Su EFS cuenta con un plan de comunicación?			
X	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
16.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor indique si la puede compartir con otras EFS.		
	Sí	X	No
17. ¿Su EFS cuenta con un vocero/a oficial?			
X	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
18. ¿Quién en su EFS es el/la vocera/o oficial?			
X	Titular de la EFS		
	Jefe de comunicación		
	Otra. (Indique cuál/es)	Tenemos una vocera independiente a la directora de Comunicación (Rocío Rodríguez) y a los directores de las EFS.	



19. ¿En su EFS se cuenta con entrenamiento en medios?			
X	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
20. ¿En su EFS se cuenta con presupuesto específico para acciones de comunicación externa?			
X	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
21. ¿Su EFS brinda capacitación en materia de auditoría gubernamental a periodistas?			
X	Sí		
	No		
21.1	Si su respuesta fue sí, por favor indique cuál es la periodicidad de la capacitación.		
	Estamos en el desarrollo de una capacitación dirigida a Periodista referente a las funciones que realiza nuestra EFS. La idea es proyectar esta experiencia a un diplomado o maestría en Periodismo en Gestión Pública, Controles Anticorrupción y Transparencia.		
22. ¿Qué tipo de aprendizajes podría brindar a otras EFS en materia de comunicación externa? (por favor mencione las tres principales)			
1	Manejo de redes		
2	Producción Materiales Audiovisuales		
3	Proyección y manejo frente a la cámara		
23. ¿Cuenta con un esquema de medición de impacto de la comunicación externa que se realiza en su EFS?			
X	Sí		
	No		
23.1	En caso de que su respuesta sea sí, ¿podría compartir algún ejemplo en forma posterior?		
	Sí	X	No



24. ¿Cuenta con convenios de colaboración para impulsar la capacitación en materia de comunicación externa? Mencione las tres principales en caso de que sea afirmativa su respuesta.	
1	No
2	
3	
25. Marque con una "X" los instrumentos que aplica para la comunicación externa en su EFS.	
	Política de Comunicación de INTOSAI
	Directriz de Comunicación de INTOSAI
X	Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y Beneficios de las EFS
	ISSAI 100
	INTOSAI P-12
	INTOSAI P-20
	Plan Estratégico de INTOSAI 2023-2027
	Declaración de Río
X	Plan Estratégico de OLACEFS 2023-2028
X	Política de Comunicación de la OLACEFS
	Otra. Indique cuál/les:
26. Cuáles son los tres principales aportes que busca encontrar en materia de comunicación externa en las EFS de la región	
1	Manejo de Crisis
2	Seminarios Internacionales de Comunicación
3	Acercamiento de la Dirección Nacional de Comunicación Social Panamá con los Organismos Internacionales.





27. ¿Su EFS participa en actividades de la TFIC de INTOSAI?		
	Sí	
X	No	
28. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de INTOSAI?		
X	Sí	
	No	
29. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de OLACEFS?		
X	Sí	
	No	
29.1	Si su respuesta es sí, por favor especifique:	
	Con la CTPBG	
	Con la CTCT y GIZ	Estrategia de Comunicación Anticorrupción para la EFS
	Otras, indique cuáles.	
30. ¿Indique las tres necesidades prioritarias de su EFS en materia de comunicación externa?		
1	Taller en Comunicación Externa	
2	Manejo de Crisis	
3	Equipo Audiovisuales y Recurso Humanos	
31. Si requiere hacer un comentario adicional por favor utilice el siguiente espacio.		
<p>Sería oportuno generar un Taller o Webinar sobre las políticas de publicación en los medios de OLACEFS y OCCEFS o algunos otros organismos, para garantizar una participación efectiva de publicaciones con los requerimientos que solicitan estos medios, tanto en noticias y artículos de investigación.</p>		

Ciudad de México, agosto 2023.



## DOCUMENTO GUÍA

# “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS” TEMA TÉCNICO 2

**EFS Coordinadora:**

Auditoría Superior de la Federación de  
**México**

**EFS Moderadora:**

Contraloría General de la República  
del **Perú**

Agosto 2023



## ORGANIZACIÓN LATINOAMERICANA Y DEL CARIBE DE ENTIDADES FISCALIZADORAS SUPERIORES (OLACEFS)

### XXXII Asamblea General Ordinaria

#### ANTECEDENTES

En septiembre de 2022 durante la sesión administrativa de la XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS, se aprobaron los temas técnicos a desarrollar durante el 2023. Para el caso del tema técnico 2, la Auditoría Superior de la Federación de México funge como EFS Coordinadora, cuyas responsabilidades para esta etapa de la discusión son preparar la Propuesta Inicial y el Documento Guía, de acuerdo con lo aprobado por la Asamblea General

En coordinación con la Secretaría Ejecutiva deberá solicitar las colaboraciones técnicas, referidas a las respuestas del presente cuestionario a las EFS miembros de OLACEFS. De cuyas aportaciones se obtendrá la ponencia base y resumen que se expondrá en la segunda sesión técnica de la Asamblea General. Tras la discusión y deliberaciones correspondientes se elaborará el informe con las conclusiones, mismas que se sujetarán a aprobación de la Asamblea General.

El objetivo del presente cuestionario es guiar a los miembros que deseen realizar colaboraciones técnicas, a exponer sus experiencias y opiniones para de esta forma enriquecer la propuesta inicial.

Cabe señalar que la confiabilidad y precisión de los datos son responsabilidad de cada EFS.

#### ACERCA DEL CUESTIONARIO

El instrumento consta de 31 preguntas.

Por favor completar este cuestionario, a más tardar el **29 de septiembre de 2023**. En caso de tener alguna duda, por favor envíe sus consultas a la dirección [rmiguel@asf.gob.mx](mailto:rmiguel@asf.gob.mx) y [cooperacion@contraloria.gob.pe](mailto:cooperacion@contraloria.gob.pe)

#### I. INFORMACIÓN DE CONTACTO.

Favor de completar la información de contacto o de aquella persona responsable de la coordinación para el llenado de esta encuesta.

Información de contacto de la persona que responde la encuesta.	
País	Perú
Nombre(s)	María Antonieta
Apellido(s)	Canales Moscoso
Cargo en su EFS	Gerente de Comunicación Corporativa



Dirección de correo electrónico	<a href="mailto:mcanales@contraloria.gob.pe">mcanales@contraloria.gob.pe</a>
---------------------------------	--

## II. INFORMACIÓN DE LA EFS.

<b>1. Nombre oficial de su Entidad Fiscalizadora Superior (EFS).</b>	
Contraloría General de la República del Perú	
<b>2. Marque con una "X" el alcance fiscalizador de su EFS.</b>	
X	Federal o Nacional.
	Regional.
	Nivel Local o Municipal.
	Otra. (Indique cuál/es)
<b>3. ¿Su EFS cuenta con mandato para llevar a cabo la comunicación externa?</b>	
X	Sí, en forma amplia.
	Sí, con limitaciones.
	No
	No, pero se está legislando.
<b>4. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación?</b>	
	Sí.
	No
X	Otra. (Indique cuál/es) Política Institucional establecida en el Plan Estratégico Institucional a la cual se alinea la política de comunicación.
4.1	En caso de que su respuesta sea sí, por favor deje el vínculo de consulta. <a href="https://doc.contraloria.gob.pe/transparencia/documentos/2023/PEI_AMPLIADO_A_L2026.PDF">https://doc.contraloria.gob.pe/transparencia/documentos/2023/PEI_AMPLIADO_A_L2026.PDF</a>
<b>5. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación y está vinculada a su plan estratégico institucional?</b>	
X	Sí.
	No
	Otra. (Indique cuál/es)



6. ¿Su EFS cuenta con un equipo a cargo de la comunicación externa?					
X	Oficina de prensa				
	Oficina de comunicación social				
	Oficina de difusión				
x	Otra. (Indique cuál/es)	Subgerencia de Comunicación y Medios Digitales			
7. ¿Qué tipo de acciones de comunicación externa realiza en su EFS?					
x	Conferencias de Prensa				
x	Entrevistas				
	Campaña mediática				
x	Boletines				
x	Comunicados				
x	Redes sociales				
x	Otra. (Indique cuál/es)	Campañas educativas e informativas			
8. ¿Qué periodicidad tienen las acciones de comunicación externa realizada en su EFS?					
	Periodicidad	Diario	Semanal	Quincenal	otra
x	Conferencias de Prensa				Trimestral
x	Entrevistas		x		
	Campaña mediática				
x	Boletines			x	
	Comunicado				Según demanda
x	Otra. (Indique cuál/es)	Campañas educativas e informativas: mensuales			
9. ¿Cómo es la relación de la EFS con la prensa nacional?					
	No se tiene relación.				
	Incipiente				
	No es del interés de la EFS tener relación y/o cercanía.				



x	Cercana
<b>10. ¿Cuenta con una fuente periodística que de seguimiento a la EFS?</b>	
	Sí
	No
	No se tiene mandato.
	Otra explicación:
<b>11. ¿En los últimos 10 años ha realizado alguna auditoría relacionada con la libertad de prensa?</b>	
	Sí.
x	No
	Otra acción/es. (Indique cuál/es)
<b>12. ¿Su EFS cuenta con un protocolo para redes sociales?</b>	
x	Sí.
	No
	Otra. (Indique cuál/es)
<b>13. ¿En su EFS está regulado el uso de información institucional en las redes sociales de las personas servidoras públicas?</b>	
x	Sí.
	No
	Otra. (Indique cuál/es)
13.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor comparta el vínculo de consulta.
	Se remite documento en archivo adjunto.
<b>14. ¿Indique las tres redes sociales que utiliza en mayor medida?</b>	
1	Twitter
2	Instagram
3	Facebook



¿Por qué?	Su público objetivo está directamente vinculado con el quehacer del control gubernamental y social en nuestro país.		
<b>15. ¿Su EFS cuenta con un protocolo de comunicación externa en condiciones de crisis?</b>			
x	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
<b>16. ¿Su EFS cuenta con un plan de comunicación?</b>			
x	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
16.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor indique si la puede compartir con otras EFS.		
X	Sí	X (Se remite procedimiento)	No
<b>17. ¿Su EFS cuenta con un vocero/a oficial?</b>			
X	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
<b>18. ¿Quién en su EFS es el/la vocera/o oficial?</b>			
X	Titular de la EFS: Nelson Shack Yalta, Contralor General		
X	Jefe de comunicación: Gerente de Comunicación Corporativa, María Canales por reglamento		
X	Otra. (Indique cuál/es)	Asesor Despacho, Armando Canchanya Vicecontralores, Gerentes, Subgerentes y Jefes de OCI en relación a temas técnicos y especializados.	
<b>19. ¿En su EFS se cuenta con entrenamiento en medios?</b>			
X	Sí.		
	No		



	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>20. ¿En su EFS se cuenta con presupuesto específico para acciones de comunicación externa?</b>		
X	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>21. ¿Su EFS brinda capacitación en materia de auditoría gubernamental a periodistas?</b>		
X	Sí	
	No	
21.1	Si su respuesta fue sí, por favor indique cuál es la periodicidad de la capacitación.	
	Anual, esencialmente sobre el uso de nuestras herramientas de consulta y acceso a Informes de Control y aspectos básicos de control gubernamental.	
<b>22. ¿Qué tipo de aprendizajes podría brindar a otras EFS en materia de comunicación externa? (por favor mencione las tres principales)</b>		
1	Gestión con medios de prensa	
2	Gestión de las redes sociales en las entidades de control	
3	Transparencia y acceso a información de control gubernamental	
<b>23. ¿Cuenta con un esquema de medición de impacto de la comunicación externa que se realiza en su EFS?</b>		
X	Sí	
	No	
23.1	En caso de que su respuesta sea sí, ¿podría compartir algún ejemplo en forma posterior?	
	Sí	X No
<b>24. ¿Cuenta con convenios de colaboración para impulsar la capacitación en materia de comunicación externa? Mencione las tres principales en caso de que sea afirmativa su respuesta.</b>		
1		
2		
3		





**25. Marque con una "X" los instrumentos que aplica para la comunicación externa en su EFS.**

<input checked="" type="checkbox"/>	Política de Comunicación de INTOSAI
<input type="checkbox"/>	Directriz de Comunicación de INTOSAI
<input type="checkbox"/>	Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y Beneficios de las EFS
<input type="checkbox"/>	ISSAI 100
<input type="checkbox"/>	INTOSAI P-12
<input type="checkbox"/>	INTOSAI P-20
<input type="checkbox"/>	Plan Estratégico de INTOSAI 2023-2027
<input type="checkbox"/>	Declaración de Río
<input type="checkbox"/>	Plan Estratégico de OLACEFS 2023-2028
<input checked="" type="checkbox"/>	Política de Comunicación de la OLACEFS
<input type="checkbox"/>	Otra. Indique cuál/les:

**26. Cuáles son los tres principales aportes que busca encontrar en materia de comunicación externa en las EFS de la región**

1	Discusión de experiencias e identificación de mejoras en nuestra política de comunicación.
2	Análisis del impacto negativo de la corrupción país en la gestión institucional
3	Enfrentar situaciones de crisis reputacional en las entidades de control gubernamental

**27. ¿Su EFS participa en actividades de la TFIC de INTOSAI?**

<input type="checkbox"/>	Sí
<input checked="" type="checkbox"/>	No

**28. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de INTOSAI?**

<input type="checkbox"/>	Sí
<input checked="" type="checkbox"/>	No



<b>29. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de OLACEFS?</b>	
	Sí
X	No
29.1	Si su respuesta es sí, por favor especifique:
	Con la CTPBG
	Con la CTCT y GIZ
	Otras, indique cuáles.
<b>30. ¿Indique las tres necesidades prioritarias de su EFS en materia de comunicación externa?</b>	
1	Intercambio de experiencias
2	Profundizar en la socialización de las políticas y estrategias de comunicación a nivel INTOSAI y OLACEFS
3	Fortalecer el diseño y disposición de políticas y estrategias de comunicación.
<b>31. Si requiere hacer un comentario adicional por favor utilice el siguiente espacio.</b>	

Ciudad de México, agosto 2023.

**Contraloría General de la República**

**SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN**

**Código: PR-COM-06**

**Versión: 00**

**Vigencia: 05/07/2023**



**LA CONTRALORÍA**  
GENERAL DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ

**PROCEDIMIENTO**

**DISEÑO Y DESARROLLO DEL PLAN DE  
COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

	<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
<b>Aprobado por:</b>	María Antonieta Canales Moscoso	Gerente de Comunicación Corporativa		
<b>Revisado por</b>	María Antonieta Canales Moscoso	Gerente de Comunicación Corporativa		
<b>Elaborado por:</b>	Martin Eduardo Loja Delgado	Especialista en Instrumentos de Gestión		

<b>Revisión técnica por:</b>	Adriana Arciniega Muñoz	Subgerenta de Modernización		
	Elías Tresierra Paz	Supervisor Técnico de Gestión por Procesos		
	Luis Echeverría Tamayo	Especialista en Gestión por Procesos		

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

**F04(PR-NORM-06)00**

## 1. OBJETIVO

Establecer y describir las actividades y los roles necesarios para elaborar y disponer de manera oportuna del Plan de Comunicación Corporativa con el propósito de planificar y desarrollar las actividades de comunicación y alinearlas a los objetivos institucionales para el diseño y ejecución de las estrategias de comunicación corporativa, proyección de la imagen institucional y reputación de la Contraloría General de la República, así como sentar las relaciones públicas en el ámbito nacional e internacional.

## 2. ALCANCE

El proceso comprende las actividades desde que se formulan y definen los objetivos y acciones estratégicas hasta la emisión del memorando de evaluación de los informes finales; las cuales son realizadas por la Gerencia de Comunicación Corporativa y los órganos o unidades orgánicas de la Contraloría General de la República, en lo que les corresponda.

## 3. SIGLAS Y DEFINICIONES

### 3.1 Siglas

- CGR : Contraloría General de la República.
- GCOC : Gerencia de Comunicación Corporativa.
- IRC : Subgerencia de Imagen y Relaciones Corporativas.
- N/A : No aplica.
- OUO : Órgano o unidad orgánica de la CGR.
- PEI : Plan Estratégico Institucional.
- PCC : Plan de Comunicación Corporativa.
- PNC : Plan Nacional de Control.
- POI : Plan Operativo Institucional.
- ROF : Reglamento de Organización y Funciones.
- SCMD : Subgerencia de Comunicación y Medios Digitales.
- SGD : Sistema de Gestión Documental.
- SUPRE : Subgerencia de Prensa.

### 3.2 Definiciones

- **Instrumento de Comunicación:** herramientas de comunicación o aquellas que utilizan las tecnologías de la información y comunicación como medio para desarrollar capacidades de diálogo, de discusión y debate, de interacción, comunicación e interacción.
- **Jefe OUO:** máximo representante del OUO.
- **Plan de Comunicación Corporativa:** documento en donde se plasma la forma en la que la CGR realiza la comunicación con el público objetivo y ciudadanía en general. En él se establecen de forma clara los objetivos de comunicación que se quieren alcanzar.
- **Plan Nacional de Control:** documento que incluye los servicios de control a ser ejecutados en un periodo anual por los órganos del Sistema Nacional de Control para atender las necesidades prioritizadas, el cual es aprobado por la CGR.

- **Plan Estratégico Institucional:** documento que contiene la síntesis de la fase estratégica, la misión, los objetivos estratégicos institucionales, los indicadores, las metas anuales, las acciones estratégicas y la ruta estratégica. El PEI se elabora anualmente para un periodo de 3 años.
- **Plan Operativo Institucional:** es un instrumento de gestión que contiene la programación de actividades de la CGR a ser ejecutadas en el período anual, orientadas a alcanzar los objetivos y metas institucionales, así como a contribuir con el cumplimiento de los objetivos, lineamientos de política y actividades estratégicas del PEI, y permite la ejecución de los recursos presupuestarios asignados en el Presupuesto Inicial de Apertura con criterios de eficiencia, calidad de gasto y transparencia.
- **Reglamento de Organización y Funciones:** documento técnico normativo de gestión institucional que establece: a) La estructura orgánica de la entidad. b) Las funciones generales y específicas de la entidad y de cada uno de sus OUO.

#### 4. MARCO CONTEXTUAL

- Plan Estratégico Institucional de la Contraloría General de la República vigente.
- Plan Nacional de Control de la Contraloría General de la República vigente.
- Plan Operativo Institucional Multianual de la Contraloría General de la República vigente.
- Reglamento de Organización y Funciones de la Contraloría General de la República vigente.

#### 5. RESPONSABILIDADES

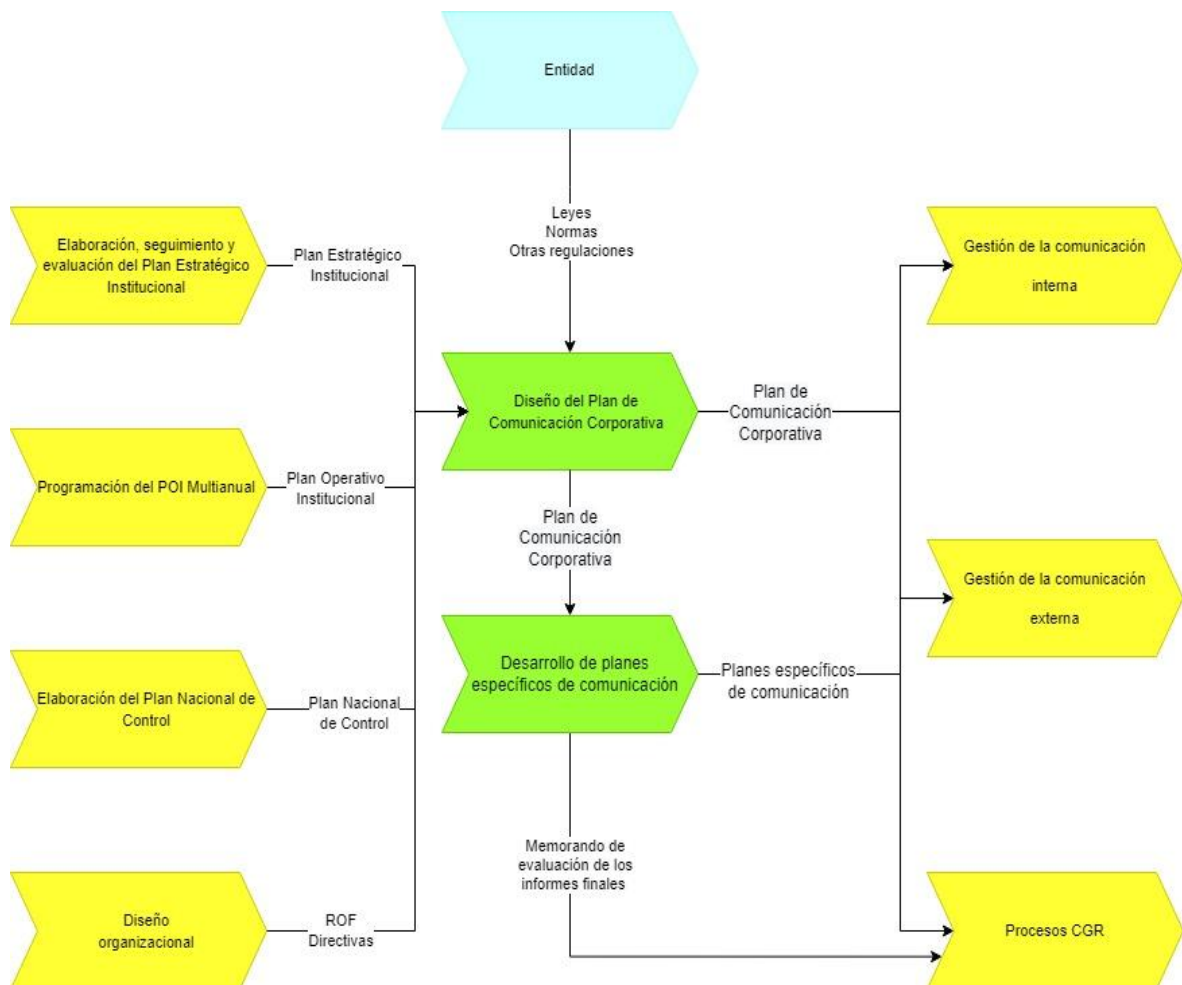
- La actualización, difusión, capacitación y verificación de la correcta ejecución del presente procedimiento es responsabilidad del Gerente GCOC.
- El personal de los OUO involucrados, de acuerdo a su rol, es responsable de cumplir con las disposiciones establecidas en el presente documento y hacer uso de su última versión.
- El personal de los OUO involucrados, de acuerdo a su rol, es responsable de comunicar cualquier debilidad identificada en el procedimiento que afecte al sistema de gestión antisoborno al Oficial de Cumplimiento a través de los canales de comunicación pertinentes.
- Es responsabilidad de los colaboradores informar a sus jefes inmediatos sobre los conflictos de intereses que pudieran tener en el cumplimiento de las actividades del presente procedimiento.

#### 6. GENERALIDADES

##### 6.1. De la interacción de los procesos

El proceso “Diseño y desarrollo del Plan de Comunicación Corporativa”, cuyo contexto se presenta en el gráfico N° 1, forma parte del proceso “Gestión de la comunicación institucional” y está conformado por los procesos “Diseño del Plan de Comunicación Corporativa” y “Desarrollo de planes específicos de comunicación”. El cual inicia con la identificación de la necesidad de elaboración del PCC por parte del Gerente GCOC.

**Gráfico N° 1: Diagrama de contexto proceso “Diseño y desarrollo del Plan de Comunicación Corporativa”**



## 6.2. De los controles antisoborno y debida diligencia

Luego de la evaluación realizada no se ha identificado necesidad de aplicar controles antisoborno o debidas diligencias específicos para el presente procedimiento.

## 6.3. De los cambios organizacionales

De producirse cambios organizacionales posteriores a la aprobación de este procedimiento, las actividades o responsabilidades asignadas a los OOU mencionadas en este documento recaen en las que hagan sus veces, según el ROF de la CGR vigente.

## 6.4. De la resolución de casos no previstos

Corresponde al Gerente GCOC resolver los casos no previstos en el presente procedimiento.

## 7. DESARROLLO

### 7.1 Diseño del Plan de Comunicación Corporativa

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/crítica <sup>1</sup>
1.	Formular y definir objetivos del plan	Gerente GCOC	Analiza los instrumentos de gestión como el POI, PEI, PNC, Marco Legal, Directivas, competencias en el ROF y otras disposiciones a fin de definir los objetivos (general y específicos) del PCC alineados a los objetivos estratégicos institucionales.	2	Ⓜ
2.	Solicitar la definición y sustentación de las acciones estratégicas a incorporar	Gerente GCOC	Comparte los objetivos del PCC y solicita a los Subgerentes SCMD, IRC y SUPRE mediante memorando circular por el SGD, la definición y sustentación de las acciones estratégicas a incorporar dentro del plan, así como los indicadores y metas a cumplir según lo establecido en el POI y otros instrumentos.	3, 4 y 5	N/A
3.	Brindar información sobre imagen y relaciones corporativas	Subgerente IRC	Define las acciones estratégicas evaluando los indicadores y metas de las actividades del POI y otros instrumentos, remitiendo la información sobre imagen y relaciones corporativas y sustentación de las acciones estratégicas e insumos (programación, capacidad operativa, entre otros) para la elaboración del PCC mediante Hoja Informativa en el SGD, dirigida al Gerente GCOC.	6	N/A
4.	Brindar información de comunicaciones de prensa	Subgerente SUPRE	Define las acciones estratégicas evaluando los indicadores y metas de las actividades del POI y otros instrumentos, remitiendo la información de comunicaciones de prensa y sustentación de las acciones estratégicas e insumos (programación, capacidad operativa, entre otros) para la elaboración del	6	N/A

<sup>1</sup> Donde Ⓜ señala una actividad crítica y Ⓞ una actividad de control.

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/critica <sup>1</sup>
			PCC mediante Hoja Informativa en el SGD, dirigida al Gerente GCOC.		
5.	Brindar información de comunicación y medios digitales	Subgerente SCMD	Define las acciones estratégicas evaluando los indicadores y las metas de las actividades del POI y otros instrumentos, remitiendo la información de comunicación y medios digitales y sustentación de las acciones estratégicas e insumos (programación, capacidad operativa, entre otros) para la elaboración del PCC mediante Hoja Informativa en el SGD, dirigida al Gerente GCOC.	6	N/A
6.	Derivar información al Analista de Gestión de Procesos	Gerente GCOC	Revisa y deriva al Analista de Gestión de Procesos, la información mediante proveído por el SGD, brindando indicaciones para la integración al PCC.	7	N/A
7.	Integrar la información y preparar proyecto del PCC	Analista de Gestión de Procesos	Integra toda la información al proyecto del PCC, tomando como referencia el <b>anexo N° 1 “Estructura del Plan de Comunicación Corporativa”</b> y lo comparte al Gerente GCOC y los Subgerentes SCMD, SUPRE e IRC mediante una carpeta compartida en la nube.	8	®
8.	Revisar el proyecto del PCC	Gerente GCOC	Revisa el proyecto del PCC en coordinación con los Subgerentes SCMD, IRC y SUPRE. De corresponder, da conformidad y lo comparte con los Subgerentes SCMD, SUPRE e IRC para la visación correspondiente.  De haber sugerencias y/u observaciones, coordina con los Subgerentes SCMD, IRC y SUPRE y el Analista de Gestión de Procesos para su incorporación y/o adecuación.	9	©

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”



N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/crítica <sup>1</sup>
9.	Visar PCC	Subgerente IRC	Visa el PCC y lo envía mediante correo electrónico institucional al Subgerente SUPRE con copia al Analista de Gestión de Procesos.	10	©
10.	Visar PCC	Subgerente SUPRE	Visa el PCC y lo envía mediante correo electrónico institucional al Subgerente SCMD con copia al Analista de Gestión de Procesos.	11	©
11.	Visar PCC	Subgerente SCMD	Visa el PCC y lo envía mediante correo electrónico institucional al Analista de Gestión de Procesos.	12	©
12.	Elaborar proyecto de Hoja Informativa adjuntado el PCC	Analista de Gestión de Procesos	Mediante el SGD, elabora el proyecto de Hoja Informativa de la GCOC adjuntando el PCC, para el trámite correspondiente.	13	N/A
13.	Solicitar aprobación del PCC	Gerente GCOC	Mediante el SGD, aprueba la Hoja Informativa adjuntado el PCC solicitando su aprobación al Secretario General.	14	N/A
14.	Evaluar y aprobar PCC	Secretario General	<p>Evalúa el PCC y de corresponder, lo aprueba mediante Resolución.</p> <p>De tener observaciones y/o recomendaciones, coordina con el Gerente GCOC para su adecuación y/o incorporación.</p>	7.2 Desarrollo de planes específicos de comunicación	©

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

## 7.2 Desarrollo de planes específicos de comunicación

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/critica
1.	Solicitar elaboración de planes específicos de comunicación	Gerente GCOC	Solicita la elaboración de los planes específicos de comunicación a los Subgerentes IRC, SUPRE y SCMD a través de memorando en el SGD.	2	N/A
2.	Elaborar planes específicos de comunicación	Subgerente SUPRE/Subgerente IRC/Subgerente SCMD	Elabora y propone los planes específicos de comunicación basándose en los objetivos y acciones estratégicas del PCC, así como de otras actividades o programas que pudieran requerir los OOU: <ul style="list-style-type: none"> <li>- Planes de comunicación, marketing y/o endomarketing.</li> <li>- Planes de gestión en medios de prensa.</li> <li>- Planes de difusión en redes sociales.</li> <li>- Planes para ejecución de eventos institucionales o de relaciones públicas.</li> <li>- Plan de estrategia publicitaria.</li> <li>- Plan de comunicación interna.</li> </ul>	3	®
3.	Presentar propuestas de planes específicos de comunicación	Subgerente SUPRE/Subgerente IRC/Subgerente SCMD	Presenta las propuestas de planes específicos de comunicación mediante Hoja Informativa en el SGD, dirigido al Gerente GCOC.  Las propuestas deben considerar los objetivos, las acciones, la programación, los responsables, las capacidades operativas y las metas a cumplirse.	4	N/A
4.	Aprobar propuestas de planes específicos de comunicación	Gerente GCOC	Revisa las propuestas de planes específicos de comunicación. De estar conforme, los aprueba y comunica a los Subgerentes IRC, SUPRE y SCMD y a los Jefe OOU correspondientes para ejecución.	5	©

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/critica
			De tener observaciones, solicita mediante proveído la subsanación a la subgerencia respectiva hasta su aprobación.		
5.	Ejecutar planes específicos de comunicación	Subgerente SUPRE/Subgerente IRC/Subgerente SCMD	Ejecuta las acciones programadas en los planes específicos de comunicación en coordinación con los OUO, considerando los plazos y las metas establecidas, asimismo realiza el seguimiento a dichos planes e informa los resultados mediante Hoja Informativa en el SGD, dirigida al Gerente GCOC.	6	®
6.	Elaborar informe final para evaluar resultados	Subgerente SUPRE/Subgerente IRC/Subgerente SCMD	Al finalizar la ejecución de los planes específicos de comunicación, elabora el informe final para la evaluación de resultados y lo remite mediante Hoja Informativa en el SGD, dirigida al Gerente GCOC.	7	N/A
7.	Revisar y derivar los informes finales	Gerente GCOC	Revisa los informes finales y los deriva al Analista de Gestión de Procesos mediante Proveído en el SGD, brindando indicaciones para la elaboración del memorando de evaluación.	8	©
8.	Elaborar proyecto de memorando de evaluación de los informes finales	Analista de Gestión de Procesos	Mediante el SGD, elabora el proyecto de memorando de evaluación de los informes finales que será comunicado a los Jefe OUO correspondientes.	9	N/A
9.	Emitir memorando de evaluación de los informes finales	Gerente GCOC	Mediante el SGD, firma el memorando de evaluación de los informes finales y lo remite a los Jefe OUO correspondientes con copia a la Secretario General.	Fin del proceso	N/A

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

## 8. DIAGRAMA DE FLUJO

Ver el anexo N° 2 de este documento.

## 9. REFERENCIAS DOCUMENTALES

CÓDIGO	NOMBRE DEL DOCUMENTO
N/A	N/A

## 10. REGISTROS

CÓDIGO	NOMBRE DEL REGISTRO	RESPONSABLE DEL REGISTRO	RUTA/ UBICACIÓN	TIEMPO DE CONSERVACIÓN	DISPOSICIÓN FINAL
N/A	Memorando Circular de solicitud de acciones estratégicas	Gerente GCOC	SGD	Permanente	BackUp
N/A	Hoja Informativa con información de imagen y relaciones corporativas	Subgerente IRC	SGD	Permanente	BackUp
N/A	Hoja Informativa con información de comunicación de prensa	Subgerente SUPRE	SGD	Permanente	BackUp
N/A	Hoja Informativa con información de comunicación y medios digitales	Subgerente SCMD	SGD	Permanente	BackUp
N/A	Proveído de derivación de información	Gerente GCOC	SGD	Permanente	BackUp
N/A	Proyecto de PCC	Analista de Gestión de Procesos	SGD	Permanente	BackUp
N/A	PCC	Gerente GCOC	SGD	Permanente	BackUp
N/A	Hoja informativa de solicitud de aprobación del PCC	Gerente GCOC	SGD	Permanente	BackUp
N/A	Resolución de aprobación del PCC	Gerente GCOC	SGD	Permanente	BackUp
N/A	Planes específicos de comunicación	Subgerente SUPRE/Subgerente IRC/Subgerente SCMD	SGD	Permanente	BackUp
N/A	Hoja Informativa con propuestas de planes	Subgerente SUPRE/Subgerente IRC/Subgerente SCMD	SGD	Permanente	BackUp
N/A	Hoja Informativa con Informes finales de evaluación de resultados	Subgerente SUPRE/Subgerente IRC/Subgerente SCMD	SGD	Permanente	BackUp
N/A	Memorando de evaluación de los informes finales	Gerente GCOC	SGD	Permanente	BackUp

"Cualquier impresión no es válida para el SIG"

	<b>PROCEDIMIENTO DISEÑO Y DESARROLLO DEL PLAN DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA</b>	<b>Código: PR-COM-06 Versión: 00 Página: 11 de 14</b>
---	---	---

## 11. CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Descripción del(los) Cambio(s)
00	05/07/2023	<p>“Versión inicial del documento”.</p> <p><b>Justificación:</b> Creación del procedimiento por necesidad de establecer y describir las actividades y roles para elaborar y disponer de manera oportuna del Plan de Comunicación Corporativa.</p>

## 12. CONSECUENCIAS POTENCIALES

Descripción de las consecuencias
Mejora en la capacidad del diseño y desarrollo del Plan de Comunicación Corporativa, debido a la estandarización y documentación del proceso.

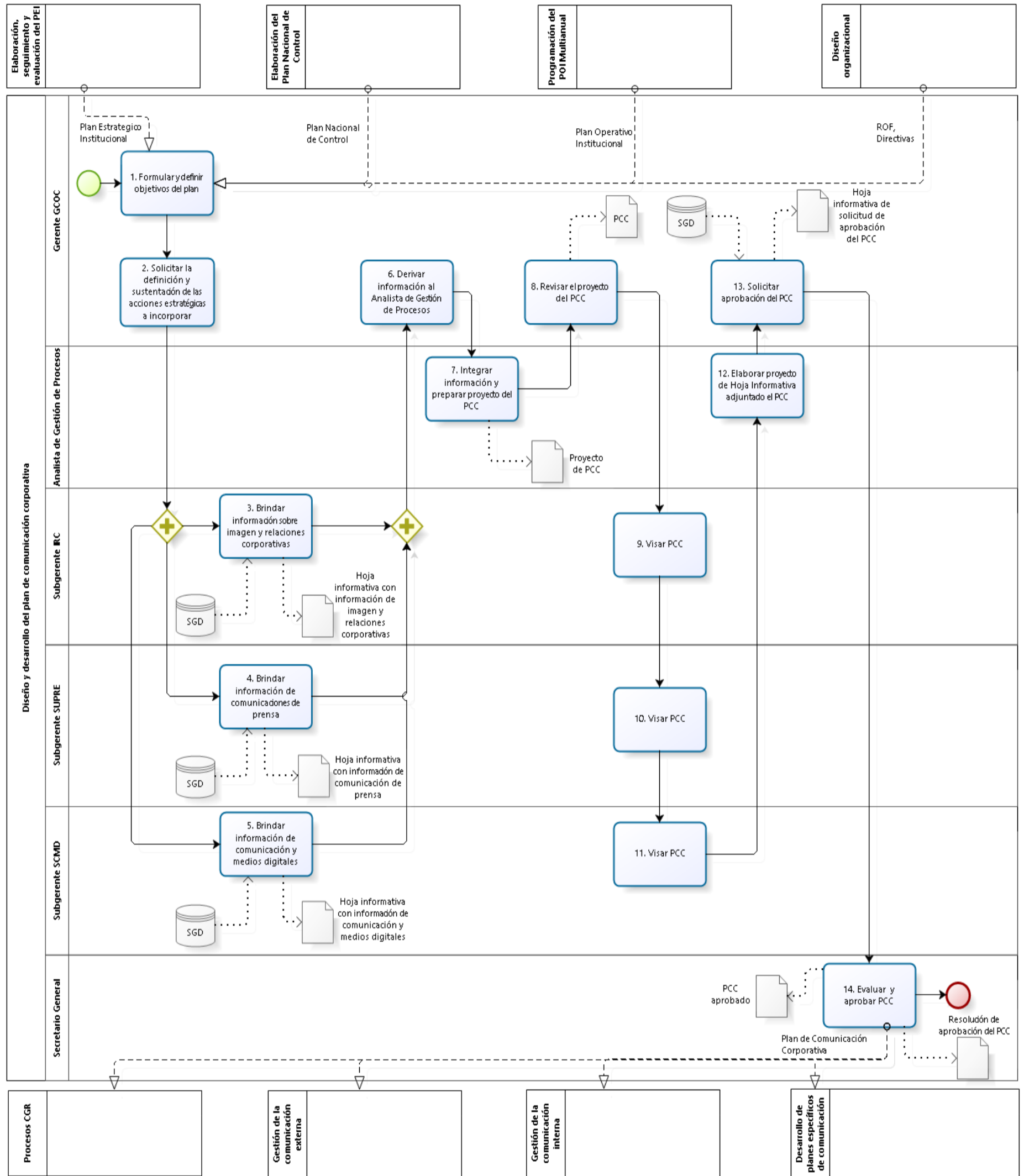
## 13. ANEXOS

- Anexo N° 01: Estructura del Plan del Comunicación Corporativa
- Anexo N° 02: Diagramas de flujo

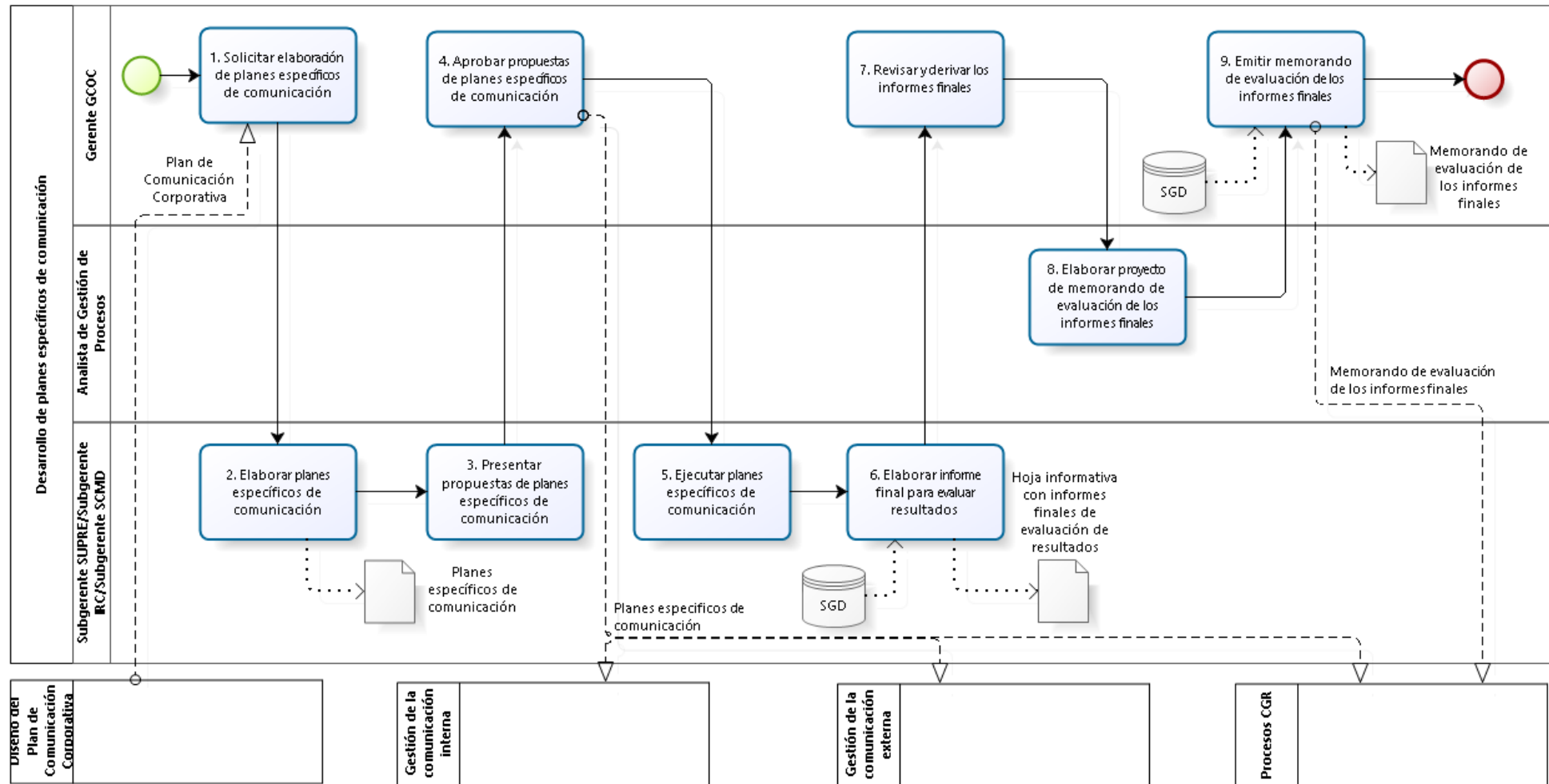
**ANEXO N° 01  
ESTRUCTURA DEL PLAN DE COMUNICACIÓN CORPORATIVA**

- I. POLÍTICA DE COMUNICACIÓN**
- II. ANTECEDENTES**
- III. ANÁLISIS FODA**
  - Fortalezas
  - Oportunidades
  - Debilidades
  - Amenazas
- IV. OBJETIVO**
- V. OBJETIVOS ESPECÍFICOS**
- VI. AUDIENCIA OBJETIVA**
- VII. CANALES DE COMUNICACIÓN**
- VIII. ACCIONES ESTRATÉGICAS**
  - 1. Gerencia de Comunicación Corporativa
    - 1.1. Indicadores y metas
  - 2. Subgerencia de Prensa
    - 2.1. Indicadores y metas
  - 3. Subgerencia de Imagen y Relaciones Corporativas
    - 3.1. Indicadores y metas
  - 4. Subgerencia de Comunicación y Medios Digitales
    - 4.1. Indicadores y metas
- IX. CRONOGRAMA**
- ANEXOS**

ANEXO N° 02  
2.1 Diagrama de flujo “Diseño del Plan de Comunicación Corporativa”



2.2 Diagrama de flujo “Desarrollo de planes específicos de comunicación”



“Cualquier impresión no es válida para el SIG”



**Contraloría General de la República**

**SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN**

**Código: PR-COM-01**

**Versión: 03**

**Vigencia: 19/07/2023**



**LA CONTRALORÍA**  
GENERAL DE LA REPÚBLICA DEL PERÚ

**PROCEDIMIENTO**

**PUBLICACIÓN DE INFORMACIÓN INSTITUCIONAL  
EN REDES SOCIALES**

	<b>NOMBRE</b>	<b>CARGO</b>	<b>FIRMA</b>	<b>FECHA</b>
<b>Aprobado por:</b>	María Antonieta Canales Moscoso	Gerencia de Comunicación Corporativa		
<b>Revisado por</b>	María Antonieta Canales Moscoso	Subgerente de Comunicación y Medios Digitales (e)		
<b>Elaborado por:</b>	Otilia Soriano Rosas	Analista de Redes Sociales		

<b>Revisión técnica por:</b>	Adriana Arciniega Muñoz	Subgerenta de Modernización		
	Elías Tresierra Paz	Supervisor Técnico de Gestión por Procesos		
	Dagmar Salazar Frías	Especialista en Gestión por Procesos		

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

**F04(PR-NORM-06)00**

## 1. OBJETIVO

Establecer y describir las actividades y los roles necesarios para realizar la publicación oportuna de información institucional en redes sociales de la Contraloría General de la República.

## 2. ALCANCE

El proceso comprende las actividades desde la realización del requerimiento de publicación en redes sociales hasta su publicación, las cuales son realizadas por la Subgerencia de Comunicación y Medios Digitales, en coordinación con la Gerencia de Comunicación Corporativa, y las unidades orgánicas de la Contraloría General de la República del Perú, en lo que les corresponda.

## 3. SIGLAS Y DEFINICIONES

### 3.1 Siglas

- CGR : Contraloría General de la República del Perú.
- ENC : Escuela Nacional de Control.
- GCOC : Gerencia de Comunicación Corporativa.
- GIF : Graphics Interchange Format.
- IRC : Subgerencia de Imagen y Relaciones Corporativas.
- KPI : Key Performance Indicators.
- N/A : No aplica.
- OUO : Órgano o Unidad Orgánica de la CGR.
- PC : Computadora Personal.
- RGB : Red, Green, Blue.
- SCMD : Subgerencia de Comunicación y Medios Digitales.
- SGD : Sistema de Gestión Documental.
- SUPRE : Subgerencia de Prensa.
- URL : Uniform Resource Locator
- UTM : Urchin Traffic Monitor

### 3.2 Definiciones

- Documentos:
  - **Cronograma de redes sociales:** Recurso útil que permite planificar con anterioridad las publicaciones que se realizarán en las redes sociales y así tener un mejor control.
- Redes Sociales:
  - **Facebook:** Red social que permite la publicación de post, fotografías y links en el muro de la página o perfil, así como la interacción con los usuarios. Es necesario precisar que los perfiles generalmente son usados por los individuos. Mientras que, las páginas, más conocidas como fan pages, son usadas en su mayoría por organizaciones públicas y privadas.
  - **Instagram:** Red social y aplicación móvil al mismo tiempo, que permite a sus usuarios subir imágenes y vídeos con múltiples efectos fotográficos como filtros, marcos, colores retro, etc., para posteriormente compartir esas imágenes en la misma plataforma o en otras redes sociales.
  - **LinkedIn:** Red social profesional orientada a promover relaciones comerciales y profesionales.
  - **Soundcloud:** Plataforma de distribución de audio en línea en la que sus usuarios pueden colaborar, promocionar y distribuir sus proyectos.
  - **Spotify:** Aplicación de audio empleada para la reproducción de música y podcast vía streaming.
  - **TikTok:** Aplicación para compartir vídeos de corta duración

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

- **Twitter:** Microblogging que permite la publicación de información no mayor a doscientos ochenta caracteres, no más de cuatro fotos y videos con duración máxima de dos minutos con veinte segundos.
- **YouTube:** Plataforma de propiedad de Google para compartir y visualizar videos.
- **Roles:**
  - **Analista de prensa:** Responsable de redactar el guion para los informes emblemáticos en formato video.
  - **Analista de redes sociales:** Profesional a cargo de la gestión y monitoreo de contenidos en las redes sociales de la institución.
  - **Analista de redes sociales y comunicación digital:** Profesional a cargo de la propuesta de estrategias y contenido mensual para redes sociales.
  - **Analista de marketing institucional:** Profesional a cargo de la elaboración de campañas comunicacionales integrales, que incluyen la difusión de contenido en redes sociales.
  - **Especialista Audiovisual:** Responsable de editar el contenido en video del contenido para redes sociales.
  - **Especialista OUO:** Personal designado por el OUO que coordina con la SCMD la propuesta y despliegue de una campaña en redes sociales dependiendo de la necesidad de su OUO.
  - **Gerente GCOC:** Responsable de planear, organizar, dirigir y supervisar las distintas estrategias de comunicación, imagen, posicionamiento de marca, relaciones públicas, prensa y otras de su competencia.
  - **Jefe OUO:** Máximo representante del OUO que posee la necesidad de publicar o difundir información a través de redes sociales.
  - **Subgerente SCMD:** Responsable de la definición y monitoreo de la estrategia digital.
  - **Subgerente SUPRE:** Responsable de la línea editorial de notas de prensa y tweets correspondientes.
  - **Diseñador gráfico:** Responsable del diseño de piezas gráficas para publicación en redes sociales.
- **Términos utilizados en el entorno digital:**
  - **Caracteres:** Letra, símbolo o espacio escrito en el documento.
  - **Clic:** Acción de pulsar un botón del ratón una vez colocado el puntero del mismo sobre un elemento determinado de la pantalla. En el caso del celular o tablet es la acción de pulsar con el dedo sobre un punto específico de la pantalla.
  - **Contenido:** Cualquier pieza de información que se pueda incluir en un medio digital, pueden estar en formato de texto, imagen, video, historia, infografías y otros que a futuro sean implementados por las diferentes plataformas. Ejemplo: En el 2010 no existía el formato de historias en redes sociales.
  - **Copywriting o copy:** Técnica empleada para la producción de textos persuasivos con el objetivo de atrapar al lector. Es el texto que acompaña la publicación de una contenido gráfico o audiovisual en redes sociales.
  - **Etiquetas ALT:** Atributo HTML que describe una imagen. Si una imagen no se puede mostrar por alguna razón, el atributo ALT proporciona texto alternativo para mostrar en su lugar. Estas etiquetas también son leídas por los softwares de lectura de pantalla que permiten la accesibilidad para personas invidentes.
  - **GIF:** Formato de compresión de imagen limitado a 256 colores en la gama RGB de 24 bits. Animaciones repetitivas de segundos.
  - **KPI:** Indicadores que ayudan a identificar el rendimiento de una determinada acción o estrategia.
  - **Phishing:** También conocido como suplantación de identidad, es un término informático que denomina un modelo de abuso informático y que se comete mediante el uso de un tipo de ingeniería social, caracterizado por intentar adquirir información confidencial de forma fraudulenta.

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

- **Taggear, taggear o etiquetar:** Mención explícita de alguna persona o entidad en una publicación de redes sociales que crea un enlace a su perfil y en el que cualquiera puede hacer clic.
- **Tuit o Tweet:** Unidad mínima de información publicable en Twitter. Puede constar de uno hasta doscientos ochenta (280) caracteres.
- **Usuario:** Toda persona natural u organización que tiene un perfil en alguna red social.

#### 4. MARCO CONTEXTUAL

- Decreto legislativo N° 1412 que aprueba la Ley de Gobierno Digital
- Reglamento de Organización y Funciones de la CGR, vigente.

#### 5. RESPONSABILIDADES

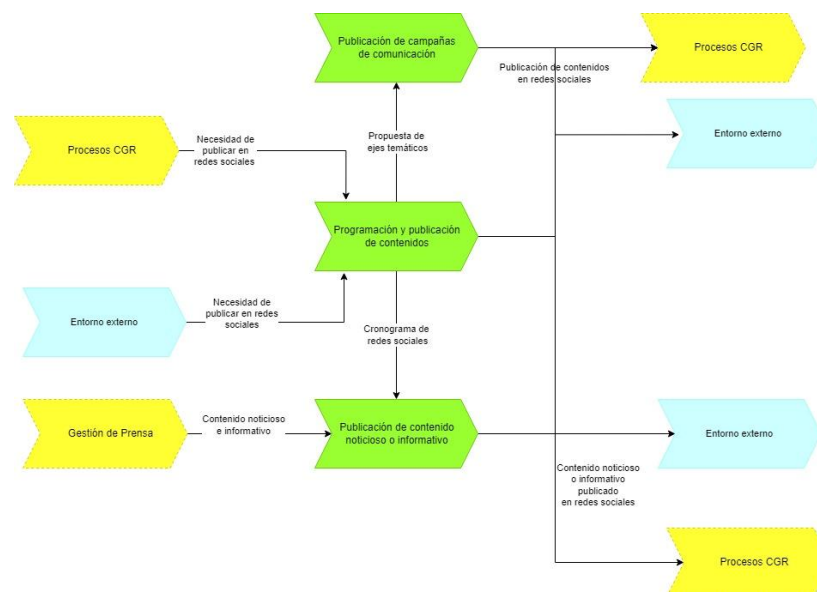
- La actualización, difusión, capacitación y verificación de la correcta ejecución del presente procedimiento es responsabilidad del Gerente GCOC.
- El personal de los OOU involucradas y de los OCI, cuando corresponda, de acuerdo a su rol, es responsable de cumplir con las disposiciones establecidas en el presente documento y hacer uso de su última versión.
- El personal de los OOU involucrados, cuando corresponda, de acuerdo a su rol, es responsable de comunicar cualquier debilidad identificada en el procedimiento que afecte al sistema de gestión antisoborno al Oficial de Cumplimiento a través de los canales de comunicación pertinentes.

#### 6. GENERALIDADES

##### 6.1. De la interacción de los procesos

El proceso “Publicación de información institucional en redes sociales”, forma parte del proceso Gestión de la publicación institucional, cuyo contexto se presenta en el gráfico N° 1, está conformado por los procesos: “Publicación de campañas de comunicación”, “Programación y publicación de contenidos” y “Publicación de contenido noticioso o informativo” e inicia con la necesidad de publicar en redes sociales (contenido noticioso, informativo o campañas).

Gráfico N° 1: Diagrama de contexto



“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

## 6.2. De los controles antisoborno y debida diligencia

Luego de la evaluación realizada no se ha identificado necesidad de aplicar controles antisoborno o debidas diligencias específicos para el presente procedimiento.

## 6.3. De la administración de las cuentas oficiales de la CGR en redes sociales

### 6.3.1 Cuentas oficiales

Las cuentas oficiales en redes sociales de la CGR son:

- **Facebook:** <https://www.facebook.com/contraloriadelperu/>
- **Instagram:** <https://www.instagram.com/contraloriadelperu/>
- **LinkedIn:** <https://www.linkedin.com/company/contraloriaperu/>
- **Soundcloud:** <https://soundcloud.com/contraloria-peru>
- **Spotify:** <https://open.spotify.com/show/1aKdUL7Nt5cZW8ujxmDqBX>
- **Twitter:** <https://twitter.com/ContraloriaPeru>
- **TikTok:** <https://www.tiktok.com/@contraloriaperu>
- **YouTube:** Contraloría TV - <https://www.youtube.com/user/Contraloriadelperu>

### 6.3.2 Administración y seguridad de las cuentas oficiales

La GCOC, a través de la SCMD, es responsable de la administración y seguridad de las referidas cuentas, para lo cual los “usuarios, contraseñas o permisos de acceso” a cada una de ellas solo serán de conocimiento y manejo del personal autorizado (Analista de Redes Sociales y Subgerente SCMD), salvo que por razones debidamente justificadas se haya autorizado que se comparta por periodos definidos con otros colaboradores o proveedores (agencias publicitarias, comisiones y licencias). Las autorizaciones de acceso se registran en el formato “**Control de autorizaciones de acceso a cuentas en redes sociales**” F01(PR-COM-01).

Todas las publicaciones en redes sociales se realizan únicamente por el Analista de Redes Sociales y por el Subgerente SCMD a través de los equipos (PC y Smartphone) asignados por la CGR.

### 6.3.3 Creación de cuentas oficiales

La propuesta de creación de una cuenta en una nueva red social procederá previo análisis a cargo del Analista de Redes Sociales y la respectiva aprobación del Subgerente SCMD y el Gerente GCOC.

### 6.3.4 Creación de cuenta anexa para respuesta a usuarios

Para la gestión de respuestas a usuarios a través de las redes sociales:

**Facebook e Instagram:** Se creará una cuenta anexa para el personal de la IRC, que tendrá el rol de Moderador. Este rol no puede crear una publicación, solo puede enviar mensajes de Messenger en nombre de la página, responder y eliminar comentarios en la página, crear anuncios, ver quién creó una publicación o un comentario y ver estadísticas. Si una cuenta de Instagram está conectada con la página, se puede responder comentarios de Instagram, enviar mensajes directos y crear anuncio.

#### 6.4. De la finalidad de las redes sociales de la CGR

La CGR ha creado las cuentas oficiales en redes sociales como un medio de comunicación que permite la difusión de información institucional, pero a su vez es un canal de participación ciudadana. En ese sentido, cada red social tiene un propósito definido, según el detalle siguiente:

- **Facebook e Instagram:** Canales informativos, donde se publica sobre las principales acciones, actividades y campañas de comunicación de la CGR en un lenguaje sencillo.
- **Twitter:** Ser un canal informativo, donde se comunica las actividades diarias, el minuto a minuto, operativos y toda acción noticiosa de la CGR.
- **YouTube:** Compartir información noticiosa sobre la CGR en formato video, producida por la institución.
- **LinkedIn:** Compartir información institucional sobre la CGR y toda convocatoria laboral.
- **TikTok:** Potenciar productos de participación ciudadana y/o otros servicios que impacten directamente al ciudadano.
- **Spotify:** Compartir información noticiosa y de opinión sobre la CGR en formato audio, producida por la institución.
- **Soundcloud:** Compartir información noticiosa y de opinión sobre la CGR en formato audio, producida por la institución.

#### 6.5. De la información a publicar en redes sociales de la CGR.

La información a publicar en redes sociales debe regirse a las siguientes pautas generales:

- Se realiza a través de diversos formatos disponibles según cada red social. Estos pueden ser: texto con enlaces, fotos, galerías, videos, GIF, entre otros.
- Los contenidos y formatos a ser publicados deben seguir la línea gráfica aprobada en el Manual de Identidad Corporativa de la CGR vigente.
- Los contenidos, periodo y frecuencia de la publicación-por red social, son definidos en el plan de estrategia de cada campaña, sobre la base de la información proporcionada por los OOU y la estrategia digital vigente. Esta incluye contenido de campañas de comunicación, actividades institucionales o de otras instituciones que resulten relevantes para la CGR, así como la difusión de contenidos de la ENC.
- Los temas a difundir se deben regir al cronograma (base) de redes sociales de manera mensual (última semana de cada mes), el cual se actualiza conforme se reciban requerimientos adicionales de los OOU.
- La actualización de información en la portada de las redes sociales se realiza periódicamente de acuerdo al cronograma de temas a difundir vigente y al plan de publicación aprobado.

#### 6.6. Del horario de publicación en redes sociales

Las publicaciones en redes sociales se realizan de lunes a viernes en horario de atención al público de 8:30 a 17:30 horas. Para el caso del Facebook, este horario está señalado en el perfil de la cuenta oficial.

De ser necesario, por la función periodística se podrán realizar publicaciones o programarlas fuera del horario establecido.

#### 6.7. De las medidas de seguridad en redes sociales

La CGR ha identificado situaciones de vulnerabilidad de nuestras cuentas en las redes sociales, por lo que en caso de presentarse alguna, se adoptarán las acciones que se detallan en el **anexo N° 01 “Medidas de seguridad en redes sociales”**.

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

#### **6.8. De la contratación de terceros durante la aplicación del procedimiento Publicación de información institucional en redes sociales**

La GCOC dependiendo de la demanda de requerimientos de publicación de información institucional en redes sociales y de no contar con la capacidad operativa suficiente para su atención, podrá evaluar la necesidad de la contratación de servicios de terceros.

En caso que se requiera la contratación de un tercero, éste se solicita y gestiona mediante el proceso “**Contratación de bienes y servicios**”. La SCMD asumirá la supervisión de los servicios brindados por el proveedor. Además, se deberá prever que la información, claves y accesos que tenga el proveedor del servicio cuenten con todas las medidas de seguridad para evitar cualquier riesgo a la imagen o reputación institucional.

#### **6.9. Del seguimiento y control de las publicaciones en redes sociales**

Las cuentas de redes sociales de la CGR son controladas diariamente por el Analista de Redes Sociales mediante la revisión del contenido publicado. Cualquier identificación de información falsa publicada en las redes sociales debe ser reportada al Gerente GCOC y Subgerente SCMD mediante la aplicación de mensajería instantánea (WhatsApp) para tomar las medidas necesarias.

Asimismo, se reporta al Gerente GCOC periódicamente vía correo electrónico institucional y WhatsApp el impacto digital de las publicaciones de impacto o específicas, una vez terminado el periodo de exposición. Ejemplo: Impacto de comunicados.

Se generan reportes mensuales de las acciones realizadas y los resultados obtenidos en las redes sociales de la CGR mostrando una comparación con el mes anterior, los mismos que son presentados vía el SGD a la GCOC dentro de la primera semana después de terminado el mes evaluado.

El informe debe contener los KPI que ofrecen las herramientas de medición de las redes sociales o por requerimiento de la GCOC y previo análisis del Subgerente SCMD

#### **6.10. De los cambios organizacionales**

De producirse cambios organizacionales posteriores a la aprobación de este procedimiento, las actividades o responsabilidades asignadas a los OOU mencionados en este documento recaen en las que hagan sus veces, según el ROF de la CGR vigente.

#### **6.11. De la resolución de casos no previstos**

Corresponde a la SCMD o el OOU que haga sus veces resolver los casos no previstos en el presente procedimiento.

## 7. DESARROLLO

### 7.1 Programación y publicación de contenidos

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/crítica <sup>1</sup>
1.	Realizar requerimiento de publicación en redes sociales	Jefe OOU	<p>Identifica la necesidad de publicación y realiza el requerimiento de publicación en redes sociales según corresponda:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Eventos y actividades institucionales: Comunica el requerimiento mediante correo electrónico institucional o SGD al Gerente GCOC.</li> <li>• Contenido coordinado con la ENC acerca de actividades académicas o de formación en Control Gubernamental: El director general ENC remite el requerimiento (cronograma mensual de actividades) mediante carpeta compartida en la nube o correo electrónico institucional al Gerente GCOC con copia al Sugerente SCMD.</li> <li>• Convocatorias laborales o invitaciones a presentar expresiones de interés: envía el requerimiento de publicación mediante memorando en el SGD al Gerente GCOC.</li> <li>• Contenido de campañas de comunicación realizadas por la CGR: envía el requerimiento de publicación mediante memorando en el SGD al Gerente GCOC.</li> </ul> <p>El requerimiento debe incluir el tema, descripción, público objetivo, la fecha de publicación y los detalles que ayuden a contextualizarlo.</p>	2	Ⓜ

<sup>1</sup> Donde Ⓜ señala una actividad crítica y Ⓞ una actividad de control.

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”



N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/crítica <sup>1</sup>
2.	Derivar requerimiento al Subgerente SCMD	Gerente GCOC	<p>Recibe el requerimiento de publicación en redes sociales, toma conocimiento y lo deriva al Subgerente SCMD mediante SGD, correo electrónico institucional o WhatsApp según corresponda.</p> <p>El plazo máximo para la derivación es de un día hábil.</p>	3	N/A
3.	Tomar conocimiento y proponer ejes temáticos	Subgerente SCMD	<p>Toma conocimiento del requerimiento y de corresponder propone temas, campañas de comunicación y actividades institucionales a contemplar en el cronograma de redes sociales del mes siguiente. Se realiza una evaluación del contexto y análisis de las necesidades informativas de la entidad.</p> <p>Para el caso de campañas, deriva el requerimiento al Analista de Marketing Institucional mediante WhatsApp y/o correo electrónico.</p>	4	N/A
4.	Elaborar cronograma de publicación en redes sociales	Subgerente SCMD/ Analista de Redes Sociales y Comunicación Digital	<p>Elaboran o actualizan la presentación (ppt) con la distribución mensual, semanal y diaria de los contenidos a difundir, con un bosquejo de la gráfica, su respectivo copy, tipo de contenido, fecha y la red social en la que será publicado según el formato <b>“Cronograma mensual de redes sociales” F02 (PR-COM-01)</b>, el cual debe incluir, además:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuadro de Excel con el listado del total de publicaciones por tipo de contenido. Detalle de contenidos informativos y de campañas aprobadas por la GCOC.</li> <li>• El cronograma se remite a la GCOC mediante archivo compartido en la nube vía correo electrónico, la última semana de cada mes.</li> </ul>	5	®

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/critica <sup>1</sup>
			Para el caso de requerimientos de publicación de temas relevantes, coordina su incorporación al cronograma con el Gerente GCOC.		
5.	Aprobar el cronograma de redes sociales	Gerente GCOC	<p>La última semana de cada mes, revisa el cronograma de redes sociales, de corresponder lo aprueba mediante correo electrónico dirigido a la subgerente SCMD.</p> <p>De ser necesario revisa el cronograma con apoyo del Subgerente SCMD.</p> <p>De haber observaciones o sugerencias por parte de la Gerente GCOC, el Subgerente SCMD coordina la inclusión de las mismas, las aplica y procede con la implementación de lo programado en el cronograma.</p> <p>Se procede de acuerdo al tipo de contenido</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Contenido noticioso o informativo:</b> Continúa con la actividad 6</li> <li>• <b>Otros contenidos:</b> Continúa con la actividad 7.</li> </ul>	6 o 7	© <sup>2</sup>
6.	Proceder con la publicación de contenido noticioso, informativo o de campañas	Gerente GCOC	Se procede con la publicación de contenido noticioso, informativo o de campañas de acuerdo a lo establecido en el <b>7.2 Publicación de contenido noticioso o informativo y 7.3 Publicación de campañas de comunicación</b> , respectivamente.	7.2 Publicación de contenido noticioso o informativo o 7.3 Publicación de campañas de comunicación	N/A
7.	Brindar lineamientos para implementar cronograma	Subgerente SCMD	Brinda las indicaciones correspondientes al Analista de Redes Sociales y Comunicación Digital y al Analista de Redes Sociales para la puesta en marcha del cronograma aprobado.	8 o 11	N/A

<sup>2</sup> Actividad que permite prevenir o corregir el impacto de los riesgos negativos en el logro del objetivo del proceso.  
"Cualquier impresión no es válida para el SIG"

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/critica <sup>1</sup>
			<p><b>¿Contenido cuenta con material producido?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Sí:</b> Continúa con actividad 11.</li> <li>• <b>No:</b> Continúa con la actividad 8.</li> </ul>		
8.	Coordinar la producción de contenidos	Analista de Redes Sociales y Comunicación Digital	<p>Coordina la producción de contenidos para publicar en redes sociales y envía las especificaciones de los mismos mediante correo electrónico institucional o WhatsApp al Diseñador Gráfico o al Especialista Audiovisual, según corresponda, el día anterior a la publicación debido a que el cronograma se actualiza de manera permanente, los contenidos pueden cambiar de fecha.</p> <p><b>Formato de contenido:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Imagen:</b> Continúa con la actividad 9.</li> <li>• <b>Video:</b> Continúa con la actividad 10.</li> </ul>	9 o 10	N/A
9.	Diseñar imagen	Diseñador Gráfico	<p>Diseña la imagen de acuerdo al plan de publicación y a la estrategia digital, y lo envía mediante correo electrónico institucional, documento compartido en la nube o WhatsApp al Subgerente SCMD</p> <p>De tener observaciones o sugerencias, coordina con el Analista de Redes Sociales y Comunicación Digital para absolverlas o incluirlas, según corresponda.</p> <p>El diseño debe ser elaborado y remitido en un plazo máximo de 1 día hábil desde recibido el requerimiento</p>	11	N/A
10.	Producir video	Especialista Audiovisual	<p>Produce el video de acuerdo al plan de publicación y a la estrategia digital, y lo envía mediante correo electrónico institucional o WhatsApp al Subgerente SCMD.</p>	11	N/A

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/critica <sup>1</sup>
			<p>De tener observaciones o sugerencias, coordina con el Analista de Redes y Comunicación Digital para subsanarlas o incorporarlas.</p> <p>La producción del video debe realizarse dentro del primer día hábil desde la recepción de las especificaciones.</p>		
11.	Aprobar imagen o video	Subgerente SCMD	<p>Revisa que la imagen o video cumpla con las especificaciones solicitadas. De estar conforme con los artes finales, comunica al Analista de Redes Sociales y Comunicación Digital mediante WhatsApp.</p> <p>De tener observaciones, coordina según corresponda, con el Diseñador Gráfico, con el Especialista Audiovisual o con el Jefe OUO, para subsanarlas.</p>	12	©
12.	Publicar contenido en la red social	Analista de Redes Sociales	<p>Publica en la red social correspondiente el contenido (en formato de imagen o video) de acuerdo al cronograma de redes sociales aprobado y considerando el horario de mayor tráfico de cada red social. Las imágenes se publicarán con etiquetas ALT en las redes sociales que así lo permitan.</p> <p>Asimismo, reporta la publicación, enviando el link de la misma, vía WhatsApp o correo electrónico institucional al Gerente GCOC, Subgerente SCMD y al Jefe OUO correspondiente.</p>	Fin del proceso	N/A

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

## 7.2. Publicación de contenido noticioso o informativo

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/crítica <sup>3</sup>
1.	Compartir los contenidos noticiosos o informativos a publicar	Subgerente SUPRE	<p>Recibe el requerimiento de publicación de contenido noticioso o informativo y el cronograma de redes sociales, además iidentifica el contenido del tipo noticioso o informativo a publicar en las redes sociales, proporcionado por el proceso Gestión de Prensa, y lo comparte diariamente, mediante WhatsApp, al Subgerente SCMD, Analista de Prensa y al Analista de Redes Sociales. Toma como referencia el cronograma mensual de redes sociales.</p> <p>El tratamiento de cada contenido es el siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Notas de prensa o post regionales:</b> Continúa con la actividad 2.</li> <li>• <b>Informes emblemáticos:</b> Continúa con la actividad 3.</li> <li>• <b>Comunicados o pronunciamientos:</b> Continúa con la actividad 8.</li> </ul>	2, 3 u 8	®
2.	Verificar el contenido a publicar	Analista de Redes Sociales	<p>Verifica que el contenido remitido por el Subgerente SUPRE cuente con lo siguiente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Nota de prensa: Foto, copy, texto descriptivo para personas invidentes y link para la publicación en Twitter.</li> <li>• Post regional: Foto, copy, texto descriptivo para personas invidente y link para la publicación en Twitter.</li> </ul>	10	©

<sup>3</sup> Donde ® señala una actividad crítica y © una actividad de control.

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/crítica <sup>3</sup>
			De tener observaciones, coordina con el Subgerente SUPRE para subsanarlas.		
3.	Adaptar formato de informes emblemáticos	Analista de Prensa	Adapta, en coordinación con el Analista de Redes Sociales, el contenido de los informes emblemáticos a la versión adecuada, según los formatos definidos para cada red social y lo envía junto al copy al Subgerente SUPRE mediante WhatsApp solicitando su aprobación.	4	N/A
4.	Validar el contenido de informes emblemáticos	Subgerente SUPRE	Revisa y valida el contenido del informe emblemático y del copy; de estar conforme lo comunica mediante el grupo de WhatsApp al Analista de Prensa.  De haber observaciones, coordina con el Analista de Prensa para subsanarlas.	5	©
5.	Compartir el contenido de informe emblemático al Especialista Audiovisual	Analista de Prensa	Comparte el contenido de informe emblemático y las especificaciones del contenido para el diseño al Especialista Audiovisual mediante WhatsApp.	6	N/A
6.	Editar contenido de informe emblemático	Especialista Audiovisual	Edita el contenido de informe emblemático, de acuerdo a las especificaciones y envía los artes finales al Subgerente SCMD mediante WhatsApp.	7	N/A
7.	Aprobar el contenido de informe emblemático	Subgerente SUPRE	Revisa y aprueba el contenido de informe emblemático. Comunica la conformidad mediante correo electrónico al analista audiovisual y al analista de redes sociales.  De tener observaciones, coordina con el Especialista Audiovisual para subsanarlas.	10	©

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/critica <sup>3</sup>
8.	Adaptar comunicado	Analista de Redes Sociales	Recibe el texto para publicar el comunicado o pronunciamiento y lo adapta, tomando como referencia el <b>anexo N° 02 “Modelo de comunicado”</b> . Posteriormente lo envía al Gerente GCOC mediante WhatsApp.	9	N/A
9.	Aprobar el diseño y copy	Gerente GCOC	Revisa y aprueba el diseño y copy. Comunica aprobación al Subgerente SCMD y al Analista de Redes Sociales mediante WhatsApp.  De haber observaciones, coordina con el Subgerente SCMD para subsanarlas.	10	©
10.	Publicar contenidos en las redes sociales	Analista de Redes Sociales	Publica los contenidos en las redes sociales de acuerdo al detalle siguiente:  <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Notas de prensa o post regionales:</b> Crea el UTM del link, luego recorta la url y publica el contenido en Twitter, taggeando a los principales medios digitales. El taggeo de medios depende de la región y temática del contenido. Comparte los links de las publicaciones realizadas a través del WhatsApp al equipo de la SUPRE</li> <li>• <b>Informes emblemáticos:</b> Publica el contenido en las redes sociales señaladas en el cronograma de publicación en redes sociales, taggeando a los principales medios. Comparte los links de las publicaciones realizadas a través del WhatsApp al equipo de la SUPRE.</li> <li>• <b>Comunicados o pronunciamientos:</b> Publica el contenido en Facebook, Instagram y Twitter,</li> </ul>	Fin del proceso	N/A

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/crítica <sup>3</sup>
			taggeando a los principales medios y reporta la publicación al Gerente GCOC vía WhatsApp.		

### 7.3. Publicación de campañas de comunicación

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/crítica <sup>4</sup>
1.	Elaborar la propuesta de estrategia y contenidos de la campaña	Analista de Marketing Institucional	<p>Recibe el requerimiento de publicación de campañas y el cronograma de redes sociales, elabora la propuesta de estrategia y los contenidos de la campaña registrando los formatos “<b>Plan de marketing</b>” F06(PR-COM-01), “<b>Piezas y despliegue de campañas de comunicación</b>” F08(PR-COM-01) y lo envía al Subgerente SCMD mediante correo electrónico institucional o WhatsApp.</p> <p>La propuesta debe ser elaborada como máximo en 2 días hábiles desde recibido el requerimiento.</p>	2	®
2.	Dar conformidad a la propuesta de estrategia y contenidos	Subgerente SCMD	<p>Revisa la propuesta de estrategias y los contenidos de la campaña y, de corresponder, da conformidad. Comunica la conformidad mediante WhatsApp al Analista de Marketing Institucional como máximo en tres horas después de la recepción de la propuesta.</p> <p>De tener observaciones, coordina con el Analista de Marketing Institucional para subsanarlas.</p>	3	©
3.	Consolidar los aportes a la propuesta de contenidos y copys	Analista de Marketing Institucional	Presenta propuesta de campaña y recoge los aportes del Analista de Redes Sociales y Comunicación Digital y el Analista de Redes Sociales mediante correo	4	N/A

<sup>4</sup> Donde ® señala una actividad crítica y © una actividad de control.

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”



N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/critica <sup>4</sup>
			<p>electrónico institucional o una reunión virtual o presencial.</p> <p>Los aportes deben ser consolidados como máximo en un día hábil desde recibida la conformidad de la propuesta.</p> <p>Posteriormente remite la propuesta de contenidos al Especialista OUO mediante correo electrónico institucional con copia al Subgerente SCMD y Jefe OUO.</p>		
4.	Validar la propuesta de contenidos	Especialista OUO	<p>Revisa los contenidos y de corresponder la valida. Comunica la validación mediante correo electrónico institucional o WhatsApp al Analista de Marketing Institucional, en un plazo no mayor a un día hábil desde que recibe la propuesta.</p> <p>De tener observaciones, coordina con el Analista de Marketing Institucional para subsanarlas.</p>	5	©
5.	Remitir la propuesta de contenidos validada al Subgerente SCMD	Analista de Marketing Institucional	Remite la propuesta de contenidos validada al Subgerente SCMD mediante WhatsApp.	6	N/A
6.	Dar conformidad a la versión final de la estrategia y los contenidos clave	Subgerente SCMD	<p>Revisa y de estar conforme, se remite mediante WhatsApp o correo electrónico institucional el material al Gerente GCOC para su aprobación.</p> <p>De tener observaciones, coordina con el Analista de Marketing Institucional para subsanarlas.</p>	7	©

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/critica <sup>4</sup>
7.	Aprobar estrategia, contenidos clave y propuesta de contenidos de la campaña	Gerente GCOC	<p>Revisa la estrategia, contenidos clave y propuesta de contenidos de la campaña y, de corresponder, comunica aprobación mediante SGD al Jefe OUO.</p> <p>Previamente el Subgerente SCMD y el Analista de Marketing Institucional presentan estrategia, contenidos clave y propuesta de contenidos de la campaña al Gerente GCOC para su aprobación en reunión virtual o presencial.</p> <p>La aprobación del Gerente GCOC debe realizarse en un plazo no mayor a dos días hábiles desde la conformidad por parte del Subgerente SCMD a la versión final de la estrategia y de los contenidos clave</p> <p>De tener observaciones, coordina con el Analista de Marketing Institucional para subsanarlas o incorporarlas.</p>	8	©
8.	Dar conformidad a contenidos clave y propuesta de contenidos de la campaña	Jefe OUO	Revisa y da conformidad, mediante memorando en el SGD dirigido al Subgerente SCMD con copia al Gerente GCOC, a contenidos clave y a la propuesta de contenidos de la campaña.	9	©
9.	Derivar conformidad al Analista de Marketing Institucional	Subgerente SCMD	Deriva la conformidad al Analista de Marketing Institucional mediante proveído en el SGD.	10	N/A
10.	Consolidar cambios y coordinar producción de los contenidos	Analista de Marketing Institucional	Consolida cambios y coordina la producción de los contenidos enviando las especificaciones de los mismos, mediante correo electrónico institucional o WhatsApp, al Diseñador Gráfico o al Especialista	11 o 12	N/A

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/critica <sup>4</sup>
			<p>Audiovisual, según corresponda, en un plazo no mayor a un día hábil.</p> <p><b>Formato de contenido:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Imagen:</b> Continúa con la actividad 11.</li> <li>• <b>Video:</b> Continúa con la actividad 12.</li> </ul>		
11.	Diseñar imagen	Diseñador Gráfico	<p>Diseña la imagen y lo envía mediante WhatsApp al Analista de Marketing Institucional, en un plazo no mayor a tres días hábiles.</p> <p>De tener observaciones o sugerencias, coordina con el Analista de Marketing Institucional para absolverlas o incluirlas, según corresponda.</p>	13	N/A
12.	Producir video	Especialista Audiovisual	<p>Produce el video y lo envía mediante WhatsApp al Analista de Marketing Institucional, en un plazo no mayor a tres días hábiles.</p> <p>De tener observaciones o sugerencias, coordina con el Analista de Marketing Institucional para absolverlas o incluirlas, según corresponda.</p>	13	N/A
13.	Remitir la imagen o video al Subgerente SCMD	Analista de Marketing Institucional	Remitir la imagen o video al Subgerente SCMD mediante WhatsApp para su aprobación.	14	N/A
14.	Aprobar el contenido final	Subgerente SCMD	<p>Revisa que el contenido final (gráfico o audiovisual) cumpla con las especificaciones solicitadas.</p> <p>De tener observaciones, coordina según corresponda, con el Analista de Marketing Institucional, Diseñador Gráfico o el Especialista Audiovisual, para subsanarlas.</p>	15	©

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

N°	Actividad	Rol	Descripción	Actividad Sucesora	Actividad control/critica <sup>4</sup>
			De estar conforme con los artes finales comunica aprobación al Analista de Marketing Institucional mediante WhatsApp. Asimismo, comunica mediante correo electrónico institucional al Subgerente SUPRE y Subgerente IRC las consideraciones para el despliegue de la campaña.		
15.	Realizar la socialización de la campaña	Analista de Marketing Institucional	Comparte los artes finales de la estrategia, señalando los plazos en los que serán publicados en redes sociales, según corresponda al Analista de Redes Sociales y Comunicación Digital y al Analista de Redes Sociales vía correo electrónico institucional o WhatsApp.	16	N/A
16.	Publicar contenidos en las redes sociales	Analista de Redes Sociales	Publica los contenidos en las fechas determinadas y con los copys en las redes sociales aprobadas en la estrategia.  Asimismo, reporta la publicación, enviando el link de la misma, vía WhatsApp al Gerente GCOC, Subgerente SUPRE, Subgerente SCMD y al Jefe OJO correspondiente.	Fin del proceso	N/A

“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

## 8. DIAGRAMA DE FLUJO

Ver el anexo N° 03 de este documento.

## 9. REFERENCIAS DOCUMENTALES

CÓDIGO	NOMBRE DEL DOCUMENTO
N/A	Manual de Identidad Corporativa de la CGR

## 10. REGISTROS

CÓDIGO	NOMBRE DEL REGISTRO	RESPONSABLE DEL REGISTRO	ruta/ UBICACIÓN	TIEMPO DE CONSERVACIÓN	DISPOSICIÓN FINAL
F01(PR-COM-01)	Control de autorizaciones de acceso a cuentas en redes sociales	Analista de Redes Sociales	<a href="#">F01(PR-COM-01)00 Control de autorizaciones.xlsx</a>	5 años	Eliminar
F02(PR-COM-01)	Cronograma mensual de redes sociales	Analista de Redes Sociales y Comunicación Digital	<a href="https://contraloria.pe-my.sharepoint.com/:f/g/personal/mc_anales_contraloria_gob_pe/EuEgwjzYxFJGv3a8ovmWVy4BQcERuL-kP0PjFLUOOHMPzq?e=wRQiUX">https://contraloria.pe-my.sharepoint.com/:f/g/personal/mc_anales_contraloria_gob_pe/EuEgwjzYxFJGv3a8ovmWVy4BQcERuL-kP0PjFLUOOHMPzq?e=wRQiUX</a>	5 años	Eliminar
F06(PR-COM-01)	Plan de marketing	Analista de Marketing Institucional	<a href="https://contraloria.pe-my.sharepoint.com/:f/g/personal/digital_contraloria_gob_pe/EuVqQZeZb4BMpyA51Kdv2IABn4Ddv92Yegt8OkC5KXxNbQ?e=LFWHH1">https://contraloria.pe-my.sharepoint.com/:f/g/personal/digital_contraloria_gob_pe/EuVqQZeZb4BMpyA51Kdv2IABn4Ddv92Yegt8OkC5KXxNbQ?e=LFWHH1</a>	5 años	Eliminar
F08(PR-COM-01)	Piezas y despliegue de campañas de comunicación	Analista de Marketing Institucional	<a href="https://contraloria.pe-my.sharepoint.com/:f/g/personal/digital_contraloria_gob_pe/EuVqQZeZb4BMpyA51Kdv2IABn4Ddv92Yegt8OkC5KXxNbQ?e=LFWHH1">https://contraloria.pe-my.sharepoint.com/:f/g/personal/digital_contraloria_gob_pe/EuVqQZeZb4BMpyA51Kdv2IABn4Ddv92Yegt8OkC5KXxNbQ?e=LFWHH1</a>	5 años	Eliminar
N/A	Requerimiento de publicación de redes sociales	Analista de Redes Sociales	<a href="https://contraloria.pe-my.sharepoint.com/:f/g/personal/mc_anales_contraloria_gob_pe/Et9J7xvKF5JAj4AKWzAoVgcBqZ4FGolBL3u8uBmrWbCP7w?e=WAHvdU">https://contraloria.pe-my.sharepoint.com/:f/g/personal/mc_anales_contraloria_gob_pe/Et9J7xvKF5JAj4AKWzAoVgcBqZ4FGolBL3u8uBmrWbCP7w?e=WAHvdU</a>	5 años	Eliminar
N/A	Diseño y copy aprobado	Analista de Redes Sociales	<a href="https://contraloria.pe-my.sharepoint.com/:f/g/personal/mc">https://contraloria.pe-my.sharepoint.com/:f/g/personal/mc</a>	5 años	Eliminar

"Cualquier impresión no es válida para el SIG"

CÓDIGO	NOMBRE DEL REGISTRO	RESPONSABLE DEL REGISTRO	ruta/ UBICACIÓN	TIEMPO DE CONSERVACIÓN	DISPOSICIÓN FINAL
N/A	Contenido de informe emblemático aprobado	Analista de Redes Sociales	<a href="https://contraloria.gob.pe/EuEgwizYxFJGv3a8ovmWVy4BQcERuL-kPOPjFLUO0HMPzg?e=wRQiUX">anales_contraloria_gob_pe/EuEgwizYxFJGv3a8ovmWVy4BQcERuL-kPOPjFLUO0HMPzg?e=wRQiUX</a> <a href="https://contraloria.pe-my.sharepoint.com/:f/g/personal/mc_anales_contraloria_gob_pe/EuEgwizYxFJGv3a8ovmWVy4BQcERuL-kPOPjFLUO0HMPzg?e=wRQiUX">https://contraloria.pe-my.sharepoint.com/:f/g/personal/mc_anales_contraloria_gob_pe/EuEgwizYxFJGv3a8ovmWVy4BQcERuL-kPOPjFLUO0HMPzg?e=wRQiUX</a>	5 años	Eliminar

## 11.CONTROL DE CAMBIOS

Versión	Fecha	Descripción del(los) Cambio(s)
03	19/07/2023	<p>Se realizaron los siguientes cambios:</p> <p>Sección 3.1 Definiciones, se agregaron los siguientes roles</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Analista de Prensa:</b> Responsable de redactar el guion para los informes emblemáticos en formato video.</li> <li>• <b>Especialista Audiovisual:</b> Responsable de editar el contenido en video del contenido para redes sociales.</li> </ul> <p>Sección 6.1. De la interacción de los procesos, se modificó contexto del proceso.</p> <p>Sección 7.1. Programación y publicación de contenidos, se modificó la actividad 5 y 6.</p> <p>Sección 7.2. Publicación de contenido noticioso o informativo, se modificó de forma integral,</p> <p>Se modificó el diagrama de flujo Anexo 03, 3.1 Programación y publicación de contenidos, 3.2 Publicación de contenido noticioso o informativo.</p> <p><b>Justificación:</b> Modificación del procedimiento por necesidad de <b>consignar oportunidades de mejora.</b></p>

## 12.CONSECUENCIAS POTENCIALES

Descripción de las consecuencias
Mejora en la capacidad de publicación de información institucional en redes sociales, debido a la estandarización y documentación del proceso

## 13.ANEXOS

- Anexo N° 01: Medidas de seguridad en redes sociales
- Anexo N° 02: Modelo de comunicado
- Anexo N° 03: Diagramas de flujo del proceso

**ANEXO N° 01**  
**Medidas de seguridad en redes sociales**

La CGR reconoce que en la actualidad los ciberataques cada vez son más frecuentes y difíciles de evitar, ya sea por ciberdelincuentes, detractores, colaboradores o exempleados que buscan dañar a quien esté detrás de una red social. Para hacerle frente, toda protección es poca ante la información confidencial de una cuenta o entidad.

Por ello, para evitar o reducir la posibilidad de ocurrencia de ciberataques en las cuentas oficiales de redes sociales, la CGR ha determinado las siguientes medidas de seguridad:

- Activar el doble factor de seguridad, es decir, aplicar un filtro adicional para el acceso a la cuenta como la validación mediante correo electrónico.
- Generar distintas claves para cada red social, las cuales deben actualizarse cada tres meses o se debe cambiar la contraseña al finalizar el periodo autorizado a un proveedor o colaborador distinto del Analista Digital.
- Tener actualizado el sistema operativo, programas y las aplicaciones (móviles) en todo dispositivo.
- Procurar no acceder a través de los dispositivos o equipos institucionales asignados para la gestión de redes sociales a alertas, promociones o noticias enviadas por correo electrónico que terminan en un enlace, y que redirige a una página falsa.
- Solo descargar aplicaciones desde sitios web oficiales.
- Evitar ingresar a páginas o descargar archivos ofimáticos sospechosos, de dudosa procedencia o reputación que podrían estar preparados para atacar.
- Utilizar en lo posible herramientas como Eraser o Bleachbit en el celular corporativo para evitar el ataque por trashing.
- Tener niveles de privacidad bien configurados, utilizar claves fuertes y estar conscientes de qué se comparte por la red.
- Evitar el ingreso de información personal en formularios dudosos.
- Aceptar sólo contactos conocidos.
- Mantenerse informado de los riesgos que se presentan en el ciberespacio para saber combatirlos una vez detectados.



**ANEXO N° 02**  
**Modelo de comunicado**

**COMUNICADO**



**CONTRALORÍA SALUDA APROBACIÓN DE LEY QUE EXPANDE EL  
CONTROL CONCURRENTE A NIVEL NACIONAL**

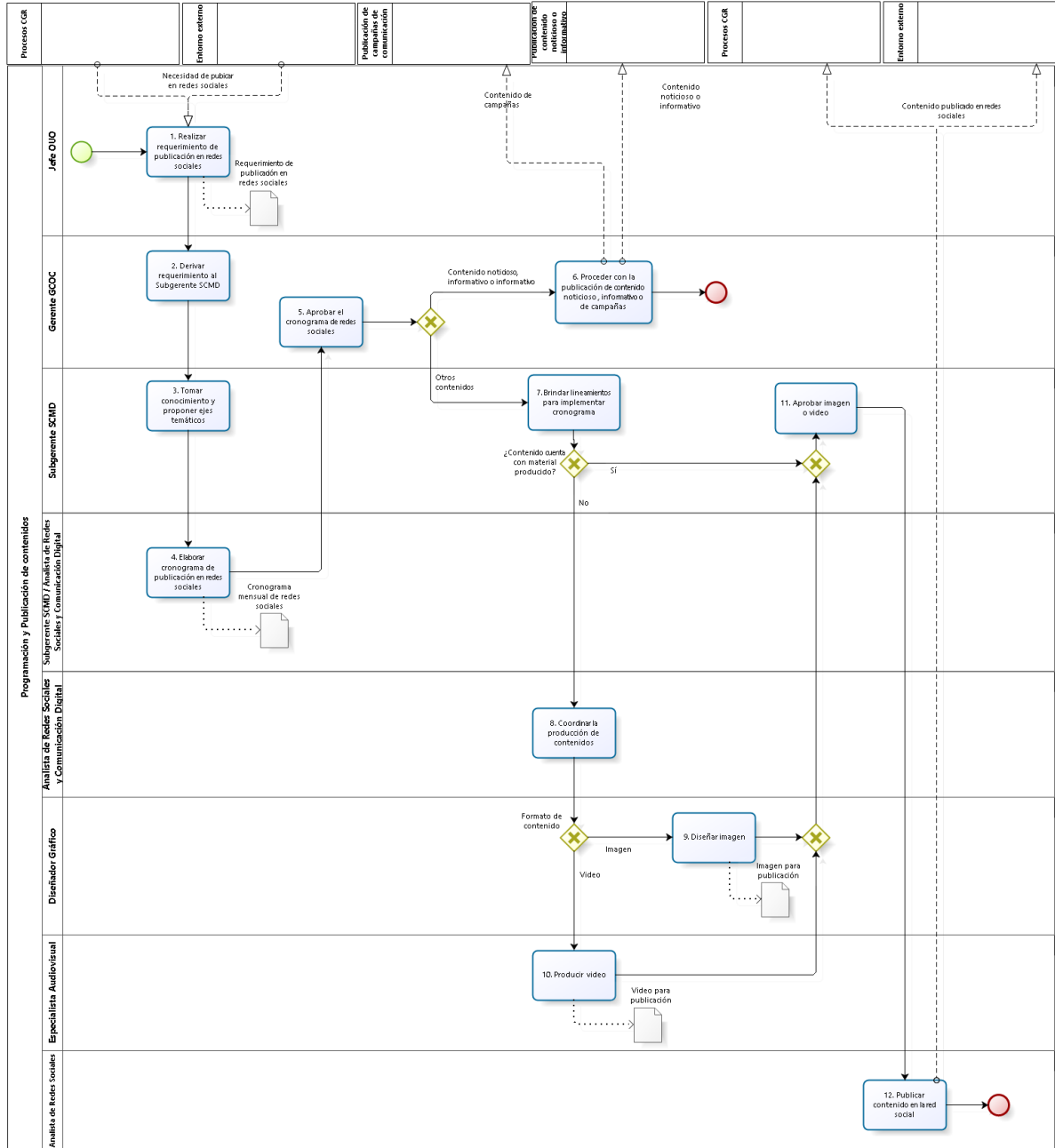
Saludamos la decisión por amplia mayoría del Congreso de la República, que en la fecha aprobó la autógrafo de Ley, que permitirá la expansión del control concurrente a obras e intervenciones públicas a nivel nacional.

Estamos seguros que con esta decisión histórica el control concurrente contribuirá a impulsar el desarrollo y la reactivación de las obras y servicios públicos de calidad a través de un acompañamiento sistemático y especializado de los equipos de control, identificando oportunamente riesgos y comprometiendo a los gestores públicos a la implementación de las medidas correctivas. El control concurrente contribuirá así a evitar irregularidades y garantizar que los proyectos se concreten en la oportunidad y en beneficio de peruanas y peruanos.

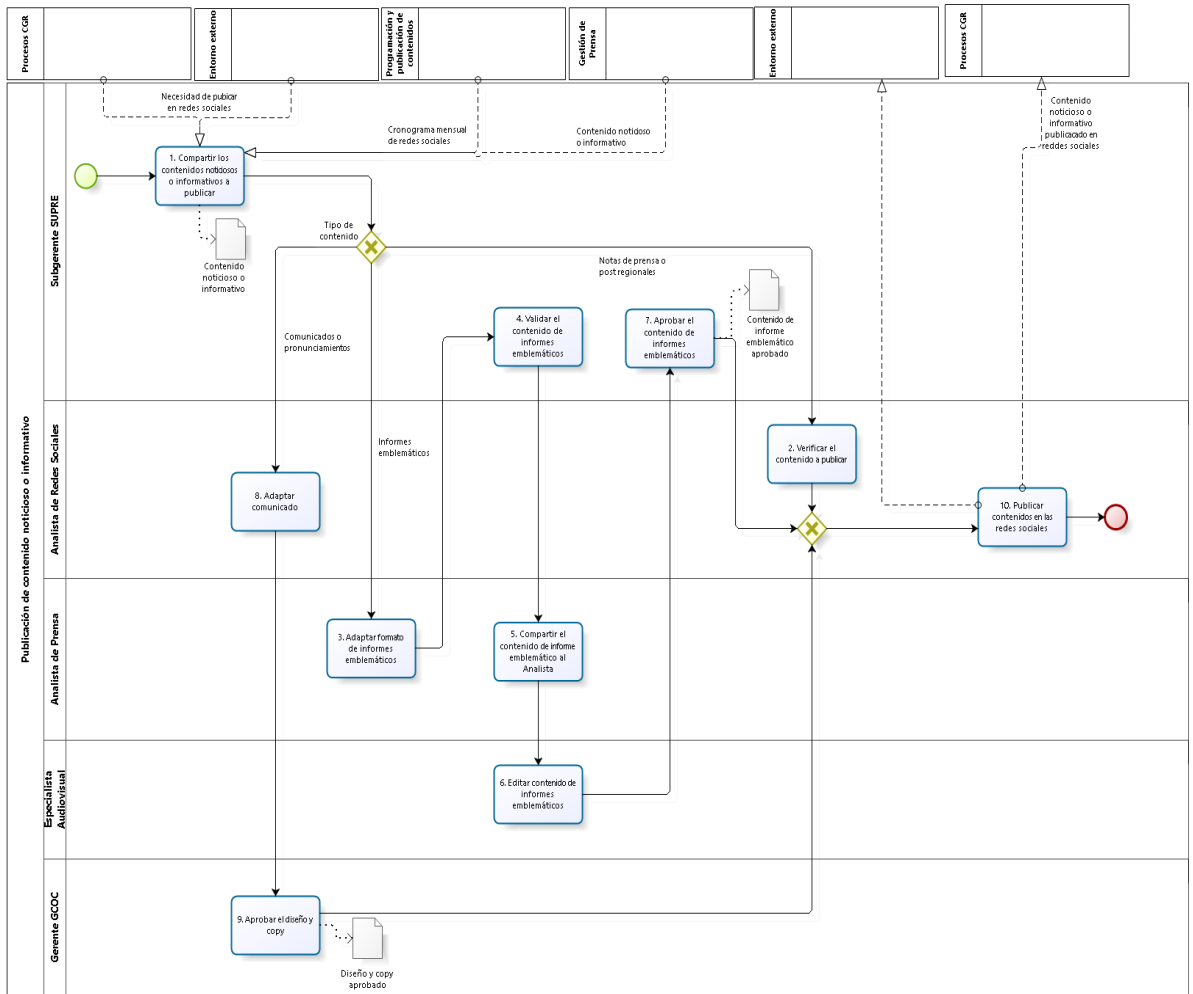
**Lima, 11 de noviembre de 2021**  
**Contraloría General de la República del Perú**

ANEXO N° 03  
Diagramas de flujo del proceso

3.1 Programación y publicación de contenidos

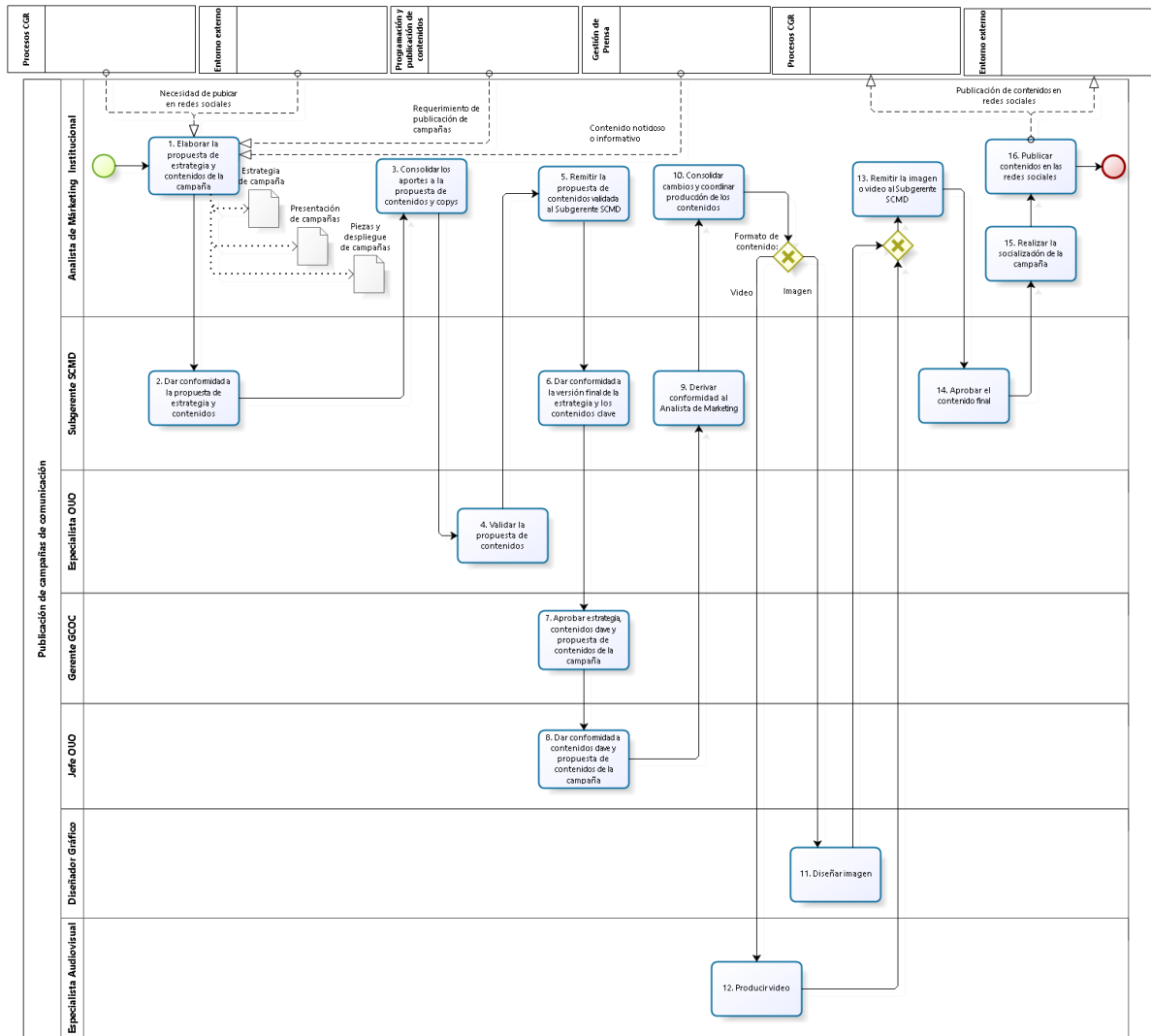


### 3.2 Publicación de contenido noticioso o informativo



“Cualquier impresión no es válida para el SIG”

### 3.3 Publicación de campañas de comunicación





## DOCUMENTO GUÍA

# “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS” TEMA TÉCNICO 2

**EFS Coordinadora:**

Auditoría Superior de la Federación de  
**México**

**EFS Moderadora:**

Contraloría General de la República  
del **Perú**

Agosto 2023



## ORGANIZACIÓN LATINOAMERICANA Y DEL CARIBE DE ENTIDADES FISCALIZADORAS SUPERIORES (OLACEFS)

### XXXII Asamblea General Ordinaria

#### ANTECEDENTES

En septiembre de 2022 durante la sesión administrativa de la XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS, se aprobaron los temas técnicos a desarrollar durante el 2023. Para el caso del tema técnico 2, la Auditoría Superior de la Federación de México funge como EFS Coordinadora, cuyas responsabilidades para esta etapa de la discusión son preparar la Propuesta Inicial y el Documento Guía, de acuerdo con lo aprobado por la Asamblea General

En coordinación con la Secretaría Ejecutiva deberá solicitar las colaboraciones técnicas, referidas a las respuestas del presente cuestionario a las EFS miembros de OLACEFS. De cuyas aportaciones se obtendrá la ponencia base y resumen que se expondrá en la segunda sesión técnica de la Asamblea General. Tras la discusión y deliberaciones correspondientes se elaborará el informe con las conclusiones, mismas que se sujetarán a aprobación de la Asamblea General.

El objetivo del presente cuestionario es guiar a los miembros que deseen realizar colaboraciones técnicas, a exponer sus experiencias y opiniones para de esta forma enriquecer la propuesta inicial.

Cabe señalar que la confiabilidad y precisión de los datos son responsabilidad de cada EFS.

#### ACERCA DEL CUESTIONARIO

El instrumento consta de 31 preguntas.

Por favor completar este cuestionario, a más tardar el **29 de septiembre de 2023**. En caso de tener alguna duda, por favor envíe sus consultas a la dirección [rmiguel@asf.gob.mx](mailto:rmiguel@asf.gob.mx) y [cooperacion@contraloria.gob.pe](mailto:cooperacion@contraloria.gob.pe)

#### I. INFORMACIÓN DE CONTACTO.

Favor de completar la información de contacto o de aquella persona responsable de la coordinación para el llenado de esta encuesta.

Información de contacto de la persona que responde la encuesta.	
País	República Dominicana
Nombre(s)	Maria Altagracia
Apellido(s)	Ramirez de Polanco
Cargo en su EFS	Directora de Comunicación Estratégica



Dirección de correo electrónico	Mramirez@camaradecuentas.gob.do
---------------------------------	---------------------------------

## II. INFORMACIÓN DE LA EFS.

<b>1. Nombre oficial de su Entidad Fiscalizadora Superior (EFS).</b>	
Cámara de Cuentas de la República Dominicana	
<b>2. Marque con una "X" el alcance fiscalizador de su EFS.</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Federal o Nacional.
<input type="checkbox"/>	Regional.
<input type="checkbox"/>	Nivel Local o Municipal.
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
<b>3. ¿Su EFS cuenta con mandato para llevar a cabo la comunicación externa?</b>	
<input type="checkbox"/>	Sí, en forma amplia.
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí, con limitaciones.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	No, pero se está legislando.
<b>4. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
4.1	En caso de que su respuesta sea sí, por favor deje el vínculo de consulta.
	No está disponible en nuestra página web
<b>5. ¿Su EFS cuenta con una política de comunicación y está vinculada a su plan estratégico institucional?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Sí.
<input type="checkbox"/>	No
<input type="checkbox"/>	Otra. (Indique cuál/es)
<b>6. ¿Su EFS cuenta con un equipo a cargo de la comunicación externa?</b>	
<input checked="" type="checkbox"/>	Oficina de prensa



<input checked="" type="checkbox"/>	Oficina de comunicación social				
	Oficina de difusión				
	Otra. (Indique cuál/es)				
<b>7. ¿Qué tipo de acciones de comunicación externa realiza en su EFS?</b>					
	Conferencias de Prensa				
<input checked="" type="checkbox"/>	Entrevistas				
	Campaña mediática				
<input checked="" type="checkbox"/>	Boletines				
	Comunicados				
<input checked="" type="checkbox"/>	Redes sociales				
	Otra. (Indique cuál/es)				
<b>8. ¿Qué periodicidad tienen las acciones de comunicación externa realizada en su EFS?</b>					
	Periodicidad	Diario	Semanal	Quincenal	otra
	Conferencias de Prensa				
	Entrevistas				A conveniencia del momento
	Campaña mediática				
	Boletines				Semestrales
	Comunicado				
	Otra. (Indique cuál/es)				
<b>9. ¿Cómo es la relación de la EFS con la prensa nacional?</b>					
	No se tiene relación.				
<input checked="" type="checkbox"/>	Incipiente				
	No es del interés de la EFS tener relación y/o cercanía.				
	Cercana				
<b>10. ¿Cuenta con una fuente periodística que de seguimiento a la EFS?</b>					





<b>X</b>	Sí	
	No	
	No se tiene mandato.	
	Otra explicación:	
<b>11. ¿En los últimos 10 años ha realizado alguna auditoría relacionada con la libertad de prensa?</b>		
	Sí.	
<b>X</b>	No	
	Otra acción/es. (Indique cuál/es)	
<b>12. ¿Su EFS cuenta con un protocolo para redes sociales?</b>		
<b>X</b>	Sí.	
	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
<b>13. ¿En su EFS está regulado el uso de información institucional en las redes sociales de las personas servidoras públicas?</b>		
	Sí.	
<b>X</b>	No	
	Otra. (Indique cuál/es)	
13.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor comparta el vínculo de consulta.	
<b>14. ¿Indique las tres redes sociales que utiliza en mayor medida?</b>		
1	Instagram	
2	X	
3	Facebook	
	¿Por qué?	Son las de mayor seguimiento en el país. Nos permiten seguimiento e interacción



15. ¿Su EFS cuenta con un protocolo de comunicación externa en condiciones de crisis?			
	Sí.		
X	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
16. ¿Su EFS cuenta con un plan de comunicación?			
X	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
16.1	En caso de que su respuesta es sí, por favor indique si la puede compartir con otras EFS.		
	Sí	X	No
17. ¿Su EFS cuenta con un vocero/a oficial?			
X	Sí.		
	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
18. ¿Quién en su EFS es el/la vocera/o oficial?			
X	Titular de la EFS		
	Jefe de comunicación		
	Otra. (Indique cuál/es)		
19. ¿En su EFS se cuenta con entrenamiento en medios?			
	Sí.		
X	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		
20. ¿En su EFS se cuenta con presupuesto específico para acciones de comunicación externa?			
	Sí.		
X	No		
	Otra. (Indique cuál/es)		



21. ¿Su EFS brinda capacitación en materia de auditoría gubernamental a periodistas?			
	Sí		
	No X		
21.1	Si su respuesta fue sí, por favor indique cuál es la periodicidad de la capacitación.		
22. ¿Qué tipo de aprendizajes podría brindar a otras EFS en materia de comunicación externa? (por favor mencione las tres principales)			
1	Cursos		
2	Talleres		
3			
23. ¿Cuenta con un esquema de medición de impacto de la comunicación externa que se realiza en su EFS?			
X	Sí		
	No		
23.1	En caso de que su respuesta sea sí, ¿podría compartir algún ejemplo en forma posterior?		
	Sí	X	No
24. ¿Cuenta con convenios de colaboración para impulsar la capacitación en materia de comunicación externa? Mencione las tres principales en caso de que sea afirmativa su respuesta.			
1			
2			
3			
25. Marque con una "X" los instrumentos que aplica para la comunicación externa en su EFS.			
	Política de Comunicación de INTOSAI		
	Directriz de Comunicación de INTOSAI		
	Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y Beneficios de las EFS		



	ISSAI 100
	INTOSAI P-12
	INTOSAI P-20
	Plan Estratégico de INTOSAI 2023-2027
	Declaración de Río
	Plan Estratégico de OLACEFS 2023-2028
	Política de Comunicación de la OLACEFS
X	Otra. Indique cuál/les: <b>Plan de Comunicación elaborado en la Dirección de Comunicación Estratégica. Uno de los parámetros que se toman en consideración para la elaboración del Plan es el PEI – Plan Estratégico Institucional.</b>
<b>26. Cuáles son los tres principales aportes que busca encontrar en materia de comunicación externa en las EFS de la región</b>	
1	Programas formales de capacitación en materia de comunicación.
2	Programas entre pares que permitan conocer y replicar las buenas prácticas en comunicación.
3	Asesoría en cuanto a gestión de crisis en materia de comunicación externa.
<b>27. ¿Su EFS participa en actividades de la TFIC de INTOSAI?</b>	
	Sí
X	No
<b>28. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de INTOSAI?</b>	
	Sí
X	No
<b>29. ¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de OLACEFS?</b>	
X	Sí
	No
29.1	Si su respuesta es sí, por favor especifique:
	Con la CTPBG



	<b>Con la CTCT y GIZ</b>	<b>X</b>
	Otras, indique cuáles.	
<b>30. ¿Indique las tres necesidades prioritarias de su EFS en materia de comunicación externa?</b>		
1	Aplicación anual de una encuesta de percepción ciudadana en torno a la labor de fiscalización.	
2	Creación de un manual de gestión o manejo de crisis en materia comunicacional.	
3	Fortalecimiento del vínculo con los medios de comunicación.	
<b>31. Si requiere hacer un comentario adicional por favor utilice el siguiente espacio.</b>		

Ciudad de México, agosto 2023.

XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

País	Nombre oficial de su Entidad Fiscalizadora Superior (EFS)	Señale el alcance fiscalizador de su EFS	¿Su EFS cuenta con mandato para llevar a cabo la comunicación externa?	¿Su EFS tiene una política de comunicación?	En caso de que su respuesta en la pregunta anterior haya sido sí, por favor deje el vínculo de consulta.	¿Su EFS cuenta con una política de comunicación y	¿Su EFS cuenta con un equipo a cargo de la comunicación externa?
Argentina	Auditoría General de la Nación Argentina	Federal o Nacional;	Sí, con limitaciones	Sí	info@agn.gov.ar	Sí	Departamento de prensa y comunicación
Belize	Office of the Auditor General	Federal o Nacional;	Sí, con limitaciones	No		No	Solamente la Auditora General puede comunicar externamente. Ella también da su permiso para los oficiales cuando es necesario.
Brasil	Tribunal de Cuentas de la Unión (TCU – Brasil)	Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia	Sí	Los documentos que constituyen la política de comunicación del TCU son: Ordenanza TCU 330/2019: Dispone sobre la gestión de la comunicación	Sí	Oficina de comunicación
Chile	Contraloría General de la República de Chile	Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia	Sí	<a href="https://www.contraloria.cl/web/cgr/">https://www.contraloria.cl/web/cgr/</a>	Sí	Oficina de prensa y oficina de comunicación social. Departamento de Comunicaciones y Relaciones Públicas
COLOMBIA	CONTRALORIA GENERAL DE LA REPÚBLICA	Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia	Sí	<a href="https://congenrep-my.sharepoint.com/:f:/r/personal/daavila_contraloria_gov_co/Documents/DOCUMENTOS">https://congenrep-my.sharepoint.com/:f:/r/personal/daavila_contraloria_gov_co/Documents/DOCUMENTOS</a>	Sí	Oficina de comunicación
Costa Rica	Contraloría General de la República	Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia	Plan Estratégico Institucional es la base de las acciones de comunicación	Plan Estratégico Institucional <a href="https://sites.google.com/cgr.go.cr/pei2021-2024?authuser=0">https://sites.google.com/cgr.go.cr/pei2021-2024?authuser=0</a>	Sí	Oficina de prensa
Cuba	Contraloría General de la República	Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia	Sí	<a href="https://www.contraloria.gob.cu/politica-de-comunicacion-de-la-contraloria-general-de-la-republica">https://www.contraloria.gob.cu/politica-de-comunicacion-de-la-contraloria-general-de-la-republica</a>	Sí	Un grupo de trabajo que pertenece a una dirección que abarca además organización, planificación y relaciones internacionales
Ecuador	Contraloría General del Estado de la República del Ecuador	Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia	Sí	No se encuentra publicada en la página web, pero los objetivos estratégicos están en el Plan Estratégico Institucional:	Sí	Oficina de comunicación
El Salvador	Corte de Cuentas de la República de El Salvador	Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia	Sí	<a href="https://www.cortedecuentas.gob.sv/phocadownload/trsp/mn/mbdeorganizacion/MANUAL%20DE%20COMUNICACION%20FORMAL%20INTERNA.pdf">https://www.cortedecuentas.gob.sv/phocadownload/trsp/mn/mbdeorganizacion/MANUAL%20DE%20COMUNICACION%20FORMAL%20INTERNA.pdf</a>	Sí	Dirección de Comunicaciones (integrada por áreas enfocadas a la comunicación externa: Prensa, Publicaciones y Multimedia.

XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

Bolivia	Contraloría General del Estado de Bolivia	Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia		<a href="https://www.contraloria.gob.bo/wp-content/uploads/2022/01/PLAN-DE-COMUNICACION%CC%81N-2022.pdf">https://www.contraloria.gob.bo/wp-content/uploads/2022/01/PLAN-DE-COMUNICACION%CC%81N-2022.pdf</a>	Sí	Oficina de comunicación
Guatemala		Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia	Sí	Si existe una política y una estrategia de comunicación pero se trabaja a nivel interno. No son documentos que se tienen a la vista pública.	Sí	Oficina de prensa y oficina de comunicación social
Honduras	Tribunal Superior de Cuentas	Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia	No		No	Oficina de comunicación
México	Auditoría Superior de la Federación	Federal o Nacional;	Sí, con limitaciones	Plan anual de actividades		Sí	Oficina de difusión
Nicaragua	Contraloría General de la República	Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia	No		No	Oficina de Acceso a la Información Publica
Panamá		Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia	Sí	<a href="https://www.contraloria.gob.pa/assets/plan-estrat%c3%a9gico-cgr-2020-2024--nuevo.pdf">https://www.contraloria.gob.pa/assets/plan-estrat%c3%a9gico-cgr-2020-2024--nuevo.pdf</a> ; <a href="https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfT">https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfT</a>	Sí	Oficina de comunicación social y oficina de difusión
Perú	Contraloría General de la República del Perú	Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia	Política Institucional establecida en el Plan Estratégico Institucional a la cual se alinea la	<a href="https://doc.contraloria.gob.pe/transparencia/documentos/2023/PEI_AMPLIAD_O_AL2026.PDF">https://doc.contraloria.gob.pe/transparencia/documentos/2023/PEI_AMPLIAD_O_AL2026.PDF</a>	Sí	Subgerencia de Comunicación y Medios Digitales
Puerto Rico	Oficina del Contralor del Estado Libre Asociado de Puerto Rico	Federal o Nacional;Regional;Nivel Local o Municipal;	Sí, en forma amplia	Sí	<a href="https://www.ocpr.gov.pr/acceso-a-la-informacion-publica/">https://www.ocpr.gov.pr/acceso-a-la-informacion-publica/</a>	Sí	Oficina de prensa
República Dominicana	Cámara de Cuentas de la República Dominicana	Federal o Nacional;	Sí, con limitaciones	Sí	No está disponible en sitio web	Sí	Oficina de prensa
Uruguay	Tribunal de Cuentas de la República	Federal o Nacional;	No, pero se está legislando.	No		Sí	Aun esta en proceso de formación cuenta con equipo de trabajo.

XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

Venezuela	Venezuela	Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia	Sí	<a href="https://www.cgr.gob.ve/">https://www.cgr.gob.ve/</a>	Sí	Oficina de prensa
Paraguay	Contraloría General de la República de Paraguay	Federal o Nacional;	Sí, en forma amplia	Se encuentra en la Intranet		Sí	Oficina de comunicación



XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

¿Qué tipo de acciones de comunicación externa realiza en su EFS?	Conferencias de prensa	Entrevistas	Campaña mediática	Boletines	Comunicado	Otro	¿Cómo es la relación de la EFS con la prensa nacional?	¿Cuenta con una fuente periodística que de seguimiento a la EFS?
Entrevistas;Boletines;Comunicados;Redes sociales;Contenidos para la web institucional tanto de difusión como de disponibilidad de información para la ciudadanía. Producción de		Otro		Quincenal	Quincenal	Otro	Incipiente	No se tiene mandato
Entrevistas;Redes sociales;	Otro	Otro	Otro	Otro	Otro	Otro	Incipiente	No
Conferencias de prensa;Entrevistas;Campaña mediática;Boletines;Comunicados;Redes sociales;Artículos para el Portal del TCU (página oficial), Programa de Radio (Minuto del TCU),	Otro	Semanal	Otro	Semanal	Otro	Otro	Cercana	Si
Conferencias de prensa;Entrevistas;Campaña mediática;Boletines;Comunicados;Redes sociales;	Otro	Otro	Otro	Otro	Quincenal	Diario	Cercana	Si
Conferencias de prensa;Entrevistas;Campaña mediática;Boletines;Comunicados;Redes sociales;Eventos, foros especializados, recorridos con peridistas;	Semanal	Semanal	Diario	Diario	Diario		Cercana	Si
Conferencias de prensa;Entrevistas;Campaña mediática;Boletines;Comunicados;Redes sociales;Webinars, charlas/eventos virtuales, congresos y exposición de informes de	Otro	Otro	Otro	Otro	Otro	Otro	Cercana	En los medios hay periodistas que cubren como fuente, de forma permanente, a la CGR.
Conferencias de prensa;Entrevistas;Campaña mediática;Comunicados;Redes sociales;Revista Auditoría y Control, página web institucional;	Otro	Otro	Otro		Otro	Otro	Cercana	En cada medio de comunicación del país existen profesionales que se especializan en
Conferencias de prensa;Entrevistas;Campaña mediática;Boletines;Comunicados;Redes sociales;Página web institucional, correo electrónico, grupos de chats en WhatsApp;	Otro	Otro	Semanal	Semanal	Otro		Cercana	La Contraloría General del Estado es fuente de información permanente para
Conferencias de prensa;Campaña mediática;Boletines;Comunicados;Redes sociales;	Otro		Otro	Diario	Otro	Otro	Incipiente	Sí, son diferentes periodistas de distintos medios de comunicación los que

XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

Entrevistas;Boletines;Comunicados;Redes sociales;	Otro	Otro		Semanal	Semanal	Semanal	Incipiente	No
Conferencias de prensa;Entrevistas;Campaña mediática;Boletines;Comunicados;Redes sociales;	Otro	Otro	Otro	Otro	Otro	Otro	Cercana	Si
Conferencias de prensa;Entrevistas;Boletines;Comunicados;Redes sociales;	Otro	Otro		Otro	Otro	Semanal	Cercana	Si
Campaña mediática;Boletines;Comunicados;Redes sociales;			Quincenal	Semanal	Semanal		Cercana	Si
Boletines;Redes sociales;Sitio Web;				Otro	Otro		Incipiente	No
Conferencias de prensa;Entrevistas;Campaña mediática;Boletines;Comunicados;Redes sociales;Página web de la Contraloría, Spinetix, Revista, Galería Fotografía. ;	Otro	Otro	Otro	Otro	Otro		Cercana	Si
Conferencias de prensa;Entrevistas;Boletines;Comunicados;Redes sociales;Campañas educativas e informativas;	Otro	Semanal		Quincenal	Otro	Diario	Cercana	
Entrevistas;Boletines;Comunicados;Redes sociales;		Semanal		Semanal	Semanal		Cercana	Cada medio, asigna periodistas para el área de Gobierno, y son ellos quienes llaman y hacen
Entrevistas;Boletines;Redes sociales;		Otro		Otro			Incipiente	Si
Entrevistas;Comunicados;	Otro	Otro	Otro	Otro	Otro	Otro	No es el interés de la EFS tener relación y/o cercanía	No

XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

---

Entrevistas;Boletines;Comunicados;Redes sociales;	Semanal	Quincenal	Diario	Diario	Diario	Cercana	Si
Conferencias de prensa;Entrevistas;Comunicados;Redes sociales;	Otro	Otro	Otro		Otro	Cercana	Si

---

XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

¿En los últimos 10 años ha realizado alguna auditoría relacionada con la libertad de	¿Su EFS cuenta con un protocolo para redes sociales?	¿En su EFS está regulado el uso de información institucional en las	Indique las tres redes sociales que utiliza en mayor medida:	Indique por qué utiliza las redes sociales anteriores:	¿Su EFS cuenta con un protocolo de comunicación externa en condiciones de crisis?	En caso de que su respuesta es sí en la pregunta anterior, por favor indique si la	¿Su EFS cuenta con un vocero(a) oficial?	¿Quién en su EFS es el/la vocera/o oficial?	¿En su EFS se cuenta con presupuesto específico para acciones de
Si	Si	No	1. Youtube, 2. Twitter y 3. Instagram	El canal YouTube de la AGN es donde se alojan, por normativa, todas las sesiones públicas del Colegio de Auditores Generales,	Durante la pandemia COVID-19, la AGN estableció un Comité de Crisis que tuvo su cargo la gestión de los asuntos	N/a	No	N/a	Se solicitan puntualmente para eventos.
No	No	No	FaceBook, LinkedIn, Instagram	mayor alcance	No		No	Titular de la EFS	No
Inspección de gastos de publicidad del Gobierno Federal (procesos TC-008.196/2019-2 y TC-	Si	Si	Instagram, Twitter (X), LinkedIn y Flickr.	El TCU está presente en las principales redes sociales – Instagram, Twitter, Facebook y LinkedIn. También hay un perfil,	El TCU tiene, entre sus principales riesgos, situaciones de crisis que implican impacto en la imagen, pérdida de		No hay un solo vocero. Pero hay norma (Ordenanza TCU 328/2019:) que	En general, es el titular de la EFS, pero hay otras posibilidades, como establece la	Si
No	Si	Si	1. Instagram; 2. X (ex tuiter); 3. Facebook	Porque es donde se generan más interacciones con las personas.	Si		Si	Titular de la EFS	No
No	Si	Si	Instagram, Facebook, X antes twitter, Tik tok, LinkedIn	los usuarios y público objetivo se encuentran en estas redes y debido a la implementación de la estrategia digital se han	Si	se encuentra disponible como parte de los procedimientos de la oficina	Si	Titular de la EFS	No
La Hacienda Pública, como ámbito de acción competencial de la entidad, está asociada -	Tenemos un Comité de alto nivel para temáticas web/redes sociales, en el que	En caso de que su respuesta es sí, por favor comparta el vínculo de consulta:	Twitter -para lograr inmediatez- LinkedIn -para posicionar la	Cada red social tiene un objetivo y target específico de interés estratégico para nuestra EFS	No se ha requerido formalizarlo. Existe comité de crisis así como estrategias estandarizadas y ajustables a		Si	Titular de la EFS, Jefe de comunicación y Gerencias técnicas de área de fiscalización y	Si
No	Indicaciones de la Contralora General para el manejo de redes, además de lo contenido	Indicaciones de la Contralora General para el manejo de redes, además de lo contenido	Twitter (X) Facebook Telegram	Son las más utilizadas en el país	Si	Es un documento de uso interno	Si	Titular de la EFS	Si
No	Si	No	Twitter (X), Facebook, Youtube	Debido a su incidencia en públicos objetivos	Si	No	Si	Titular de la EFS	No
No	Si	<a href="https://drive.google.com/file/d/1XEG_tTTWQy_jx5r_5bAGzWUqi_NxR0g_N/view?usp=drive_lin">https://drive.google.com/file/d/1XEG_tTTWQy_jx5r_5bAGzWUqi_NxR0g_N/view?usp=drive_lin</a>	1. Twitter, 2. Facebook y 3. Instagram	Twitter por que concentra la mayoría de entidades sujetas a fiscalización, sociedad civil organizada y medios. Facebook	Si	N/a	Si	Titular de la EFS	Si

XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

Si	No	No	Facebook, Whatsapp, Youtube	La EFS de Bolivia, utiliza las últimas estadísticas mediáticas publicadas en los medios de comunicación: Facebook cuenta	No	No aplica	Si	Titular de la EFS	Si
No compete a las atribuciones de la Contraloría General de Cuentas	Si	No	Facebook, X (antes Tuitter) Youtube (plataforma del noticiero Contraloría TV	Las redes sociales como Facebook, Twitter y YouTube son ampliamente utilizadas porque ofrecen una variedad de	Si	Sí	Si	Titular de la EFS	No
No	No	No	Facebook X Youtube	Por tipo de contenido que publicamos	No		Si	Titular de la EFS	No
	No	No	X, Youtube y Facebook	Mayor público	No		Si	Titular de la EFS	Si
No	Si	No	Facebook , Tweeter y Youtube	se consideran las redes sociales con mayor cantidad de usuarios y los formatos son eficaces para los distintos tipos de información	No		Si	Titular de la EFS	No
No	Si	No	Instagram; Tuitter, YouTube	Hemos activado en los últimos años una dinámica efectiva en las principales redes sociales y éstas son las principales redes debido a	Si	Sí	Si	Además del Titular de la EFS tenemos una vocera independiente a la directora de	Si
No	Si	Se remite documento adjunto.	1.- Twitter, 2.- Instagran, 3.-Facebook	Su público objetivo está directamente vinculado con el quehacer del control gubernamental y social en	Si	Se remite adjunto.	Si	Las dos opciones anteriores y Asesor Despacho, Armando Canchanya	No
No	Si	En el Título 14, “Normas de Comportamiento” del Reglamento 10,	Facebook X ISSUU	Por la interacción directa con el público, información fácil de llegar a gran número de usuarios.	Nuestra EFS no cuenta con un protocolo, pero sí existen unas guías y recursos en caso de emergencias.		Si	Titular de la EFS	No
No	Si	No	1. Instagram, 2. X (antes tuitter), 3. Facebook	Son las de mayor seguimiento en el país. Nos permiten seguimiento e interacción.	No		Si	Titular de la EFS	No
No	No tiene protocolo propio	No	Ninguna	No se utilizan redes sociales aún	No		Si	Oficina de Asuntos Internacionales	No

XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

No	Si	Si	Instagram / Twitter / Facebook	Masificación de información	No	Si	Titular de la EFS	Si
No	En proceso de elaboración	La CGR cuenta con un Código de Ética que rige sobre el uso de información sensible.	X Instagram YouTube	Para informar sobre la gestión y productos de la CGR.	No	Si	Titular de la EFS	No

XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

¿Su EFS brinda capacitación en materia de auditoría gubernamental a	Si su respuesta fue sí en la pregunta anterior, por favor indique cuál es la	¿Qué tipo de aprendizajes podría brindar a otras EFS en materia de	¿Cuenta con un esquema de medición de impacto de la comunicación externa	En caso de que su respuesta haya sido sí en la pregunta anterior, ¿podría	¿Cuenta con convenios de colaboración para impulsar la capacitación en materia de comunicación externa? Mencione los tres principales en caso de que sea afirmativa su	Señale los instrumentos que aplica para la comunicación externa en su EFS:	¿Cuáles son los tres principales aportes que busca encontrar en materia de comunicación externa en las EFS de la región?
No	N/A	1. Sistematización de la difusión de la labor de auditoría, 2. Producción de videos sobre	Si	Si	N/A	Política de Comunicación de INTOSAI; Directriz de Comunicación de INTOSAI; Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y	1. Buenas prácticas en materia de difusión de informes de auditoría, 2. Experiencias en segmentación de públicos y estrategias diferenciadas y 3.
No			No	No		ISSAI 100; INTOSAI P-12;	lograr difundir resultados de las auditorías y explicar nuestros reportes.
Si	El TCU ya realizó hace algunos años seminarios presenciales dirigidos a periodistas.	1. Crear una cultura de comunicación que involucre a toda la EFS. 2. Ser oportuno,	Si		1. Contrato de recorte de noticias (radio, TV, periódico impreso y online); 2. Capacitación mediática para portavoces (voceros) del TCU; 3. Contrato de prestación laboral con	Política de Comunicación de INTOSAI; Directriz de Comunicación de INTOSAI; Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y	1. Buenas prácticas en soluciones de comunicación; 2. Intercambio de experiencias y desafíos;
No		1. Nunca se debe pelear con los medios. 2. Mantener estrecha relación con editores y	Si	No	Sin respuesta	Plan Estratégico de INTOSAI 2023-2027; Plan Estratégico de OLACEFS 2023-2028;	Admiramos el formato o modelo audiovisual utilizado por la CGR del Perú.
Si	No se tiene definida una periodicidad, sin embargo en los encuentros con	La inmersión en nuevos canales digitales, como tik tok, Productos que consolidan las	Si	Si	no	ISSAI 100;	Iniciativas que permitan tener un mayor alcance con los ciudadanos para que conozcan el quehacer institucional. Mecanismos o herramientas para tener
Si	Según estrategia interna y requerimientos externos. Suele ser	Monitoreo del entorno y análisis de PIE Capacitaciones sobre diversos temas de	Si	Si	No se necesitan convenios, el contacto con medios y organizaciones de muy diversa naturaleza es constante y transparente. Ellos nos hacen requerimientos y con gusto los	Política de Comunicación de INTOSAI; Directriz de Comunicación de INTOSAI; Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y	Temas de impacto en materia de comunicación estratégica Actualidad regional y mundial Nuevas herramientas tecnológicas de
Si	Los planes de comunicación y acciones de capacitación se	Intercambios con la prensa nacional y local Elaboración de materiales de interés	Si	Si	Convenio con la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales y Trabajo coordinado con el Instituto de Información y Comunicación el país	Política de Comunicación de INTOSAI; Directriz de Comunicación de INTOSAI; Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y	Formas de comunicación hacia público externo Formas para compartir resultados de auditorías
No		1) Reportes de control público. Sobre la base de los informes de exámenes	Si	Si	N/A	Se aplican directrices institucionales propias de la EFS;	1) Políticas de transparencia y articulación del control público con el control social 2) Estrategias para fortalecer la
Si	Durante este año no se han realizado, pero se en 2020, 2021 y 2022 se tuvo la experiencia al	1. Campañas educativas permanentes sobre los procesos misionales, 2. Envío de materiales	Si	Si	N/a	ISSAI 100; INTOSAI P-12; INTOSAI P-20; Política de Comunicación de la OLACEFS;	1. Oportunidades de mejora en la atención a periodistas y medios de comunicación, 2. Atención a crisis mediáticas y en redes sociales y

XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

No	No aplica	- Adaptar los mensajes a los diferentes tipos de canales de comunicación	Si	Si	No	Plan Estratégico de OLACEFS 2023-2028;	- Mejorar la percepción de las EFS - Difundir los resultados de las EFS en forma clara - Mejorar el posicionamiento de las EFS a
Si	Semestral	1. Noticiero Institucional, 2. Pantallas dentro de las instalaciones, 3.	Si	Si	No se tienen convenios.	Plan Estratégico de OLACEFS 2023-2028;Política de Comunicación de la OLACEFS;	1. Noticiero Institucional, 2. Revista Institucional, 3. Capacitaciones y Diplomados externos.
No		Procedimiento de comunicación externa (flujograma) Hemeroteca y	No		No contamos con convenios en materia de comunicación.	INTOSAI P-12;INTOSAI P-20;ISSAI 100;	Productos de las EFS de gran valor comunicacional Políticas y manuales que se puedan tropicalizar
Si	Por solicitud realizada por parte de los periodistas.	N/A	Si	Si	No	Ley de Fiscalización y Rendición de Cuentas de la Federación;Política de Comunicación de la OLACEFS;	Diseño de materiales audiovisuales, presentación de resultados en lenguaje ciudadano
No		buenas practicas en divulgación de información de oficio en el sitio web	No			ISSAI 100;Política de Comunicación de la OLACEFS;ley1- 621 Ley de acceso a la información Pública; 2-Normativa Interna para la publicación de oficio en el sitio web;	buenas practicas en gestión de la comunicación
Si	Estamos en el desarrollo de una capacitación dirigida a Periodista referente a	1. Manejo de redes; 2. Producción materiales audiovisuales; 3. Proyección y manejo	Si	Si	No	Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y Beneficios de las EFS;Plan Estratégico de OLACEFS 2023-2028;Política de Comunicación de la	1. Manejo de crisis; 2. Seminarios Internacionales de Comunicación, Acercamiento de la Dirección Nacional de Comunicación Social de Panamá con
No	Anual, esencialmente sobre el uso de nuestras herramientas de consulta y acceso a	1. Gestión con medios de prensa, 2. Gestión de las redes sociales en las entidades de control	Si	Si	N/A	Política de Comunicación de INTOSAI;Política de Comunicación de la OLACEFS;	1. Discusión de experiencias e identificación de mejoras en nuestra política de comunicación, 2. Análisis del impacto negativo de la corrupción país
No		1. Contestarles el mismo día. 2. Transparencia al momento de dar la	Si	Si	N/A	•Seguimos el índice de disponibilidad de información a la ciudadanía sobre la gestión institucional de las EFS (IDIGI-EFS) de la OLACEFS •Procedimientos de la Oficina de	1. Divulgación masiva de mensajes definidos y de los resultados de las auditorías e investigaciones. 2. Posicionamiento con las Partes
No		Cursos y talleres.	Si	Si	No	Plan de Comunicación elaborado en la Dirección de Comunicación Estratégica. Uno de los parámetros que se toman en consideración para la elaboración del Plan	1. Programas formales de capacitación en materia de comunicación; 2. Programas entre pares que permitan conocer y replicar las buenas prácticas
No			No		No hay convenio para este tipo de capacitación	Plan Estratégico de INTOSAI 2023-2027;Política de Comunicación de la OLACEFS;	



XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

Si	Anual	Información veraz / Buena práctica / Realimentación	No		Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y Beneficios de las EFS;Política de Comunicación de la OLACEFS;Plan Estratégico de OLACEFS 2023-	Relación informativa
No		Buen relacionamiento con los medios de comunicación. Redacción de	No	Convenios con FIIAPP, Unión Europea y GIZ	Directriz de INTOSAI para la Comunicación y Promoción del Valor y Beneficios de las EFS;INTOSAI P-12;Plan Estratégico de OLACEFS 2023-2028;	Capacitación en redacción Equipamiento Capacitación en comunicación institucional

XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

¿Su EFS participa en actividades de la TFIC de INTOSAI?	¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de INTOSAI?	¿Su EFS participa en actividades de comunicación en el ámbito de OLACEFS?	b	¿Indique las tres necesidades prioritarias de su EFS en materia de comunicación externa?
No	No	Si	CTPBG: Manual de Buenas Prácticas para la difusión de información de las EFS a la	1. Sistematización de prácticas, 2. Mayor articulación con las partes interesadas externas.
No	No	Si	las los anteriores	resultados de las auditorias, explicar nuestro reporte, explicar nuestro rol como EFS
Si	Si	Si	Con la CTCT y GIZ	1. Monitoreo de redes sociales. 2. Integración del sistema de servicio de prensa con recorte de noticias.
No	No	No		1. Contar con una herramienta de medición objetiva, parametrizada y metodológicamente sólida sobre percepción de opinión pública de la institución, 2. Desarrollar un motor de búsqueda del primer nivel para el sitio web; 3. Optimizar con SEO y SEM las plataformas digitales de
Si	Si	Si	Con la CTPBG	Tener un comité de comunicaciones con los integrantes de Olacef para establecer periodicidad de difusión de información que nos interese a todos.Capacitaciones para periodistas sobre temas de control fiscal.
No	Si	Si	He sido participante e instructora de cursos presenciales, virtuales, y he diseñado curso	Nuevas tecnologías de InfoCom. Técnicas avanzadas de estrategia en comunicación política. Herramientas de análisis de entorno
No	No	Si	Con la CTPBG	Conocer las diversas formas que se utilizan en la región para dar a conocer los resultados de auditorías. Formas diversas de combinar las nuevas tecnologías en el proceso de comunicación
No	No	Si	Con la CTPBG	1) Políticas de transparencia y articulación del control público con el control social; 2) Estrategias para fortalecer la participación ciudadana; 3) Buenas prácticas de las EFS en torno a Comunicación Externa
No	No	Si	Con la CTPBG	1. Estrategias de comunicación de resultados de fiscalización, 2. Manejo de redes sociales emergentes como Threads, Tik Tok, en función de las labores de fiscalización y 3. Nuevos formatos para potencializar la comunicación externa: podcasts, gamificación, entre

XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

No	No	No	No Aplica	- Identificar y atender a un público especializado, Priorizar las necesidades de las Gerencias Departamentales, Establecer relaciones adecuada con la prensa
No	No	Si	Con CTPBG; CTCT y GIZ	1. Equipo tecnológico apropiado para el desarrollo de las actividades de la Dirección de Comunicación, 2. Capacitaciones para actualizar al personal, 3. Personal especializado.
No	No	No		Lineamientos, políticas y estrategias que brinden valor a la comunicación. Planificación basada en riesgos para obtener resultados de impacto que genere comunicación de impacto..
No	No	Si	Con la CTPBG	Diseño de materiales audiovisuales, presentación de resultados en lenguaje ciudadano
No	No	Si	Con la CTPBG	1-Aprobar una política de Comunicación institucional, 2- actualizar y ampliar el plan de comunicación institucional y 3- crear un esquema de medición de impacto de la comunicación
No	Si	Si	Con la CTCT y GIZ	1. Taller de Comunicación Externa; 2. Manejo de Crisis; 3. Equipos audiovisuales y Recursos Humanos.
No	No	No	N/A	1. Intercambio de experiencias, 2. Profundizar en la socialización de las políticas y estrategias de comunicación a nivel INTOSAI y OLACEFS y 3. Fortalecer el diseño y disposición de políticas y estrategias de comunicación.
No	No	Si	Con la CTCT y GIZ	Buscar canales que permitan mayor retroalimentación a nuestros esfuerzos de comunicación.; Protocolo de gestión de crisis; y Análisis continuo de métricas en cuanto a la efectividad del mensaje para hacer los debidos ajustes.
No	No	Si	Con la CTCT y GIZ	1. Aplicación anual de una encuesta de percepción ciudadana en torno a la labor de fiscalización, Aplicación anual de una encuesta de percepción ciudadana en torno a la labor de fiscalización, 2. Creación de un manual de gestión o manejo de crisis en materia
No	Si	Si	Con la CTPBG	Protocolo o reglamentación, crear Oficina de Comunicación, Presupuesto para el mismo.

XXXII Asamblea General Ordinaria de OLACEFS  
Tema Técnico 2 “EFS, OLACEFS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. FORTALECIMIENTO DE LA RENDICIÓN DE CUENTAS”

---

Si	Si	Si	Con la CTCT y GIZ
No	No	Si	CTCT y GIZ, CTPBG, GTG Mejorar el posicionamiento de la EFS de Paraguay a nivel internacional. Fortalecer la comunicación entre los pares. Capacitación en todas las áreas de comunicación.

---

Si requiere hacer un comentario adicional por favor utilice el siguiente espacio.

N/a

En la pregunta de la periodicidad de las acciones de comunicación externa , pusimos la opción de Otra y su especificación es que estas se hacen Acorde a estrategias Institucionales, con alta frecuencia

Los instrumentos citados en la pregunta número 33 son referentes internacionales; no obstante la EFS de Ecuador no ha adoptado por el momento estos lineamientos.

N/a

No Aplica

La comunicación externa no se puede ver aislada del proceso operativo; puede llegar a representar un gran desafío ya que en la cadena del valor de los productos de auditoría, al ser de los últimos eslabones, usualmente se exige buenos resultados de comunicación cuando en el proceso desde la planificación y la operatividad se dejan de lado temas estratégicos de impacto y valor público.

Sería oportuno generar un Taller o Webinar sobre las políticas de publicación en los medios de OLACEFS y OCCEFS o algunos otros organismos, para garantizar una participación efectiva de publicaciones con los requerimientos que solicitan estos medios, tanto en noticias y artículos de investigación.

N/A

N/A