| | ESTRATEGIA | OBJETIVO | ACCIONES | RESPONSABLES | FEB | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO | AG. | SEPT. | OCT. | NOV. | DIC. |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Nota: El presente PLAN ANTICORRUPCION de la ILC es suceptible de ser modificado, dependieno de los planes de accion de cada area | | | | | | | | | | | | | | | |
| Rendición de Cuentas | Información | Ofrecer a los ciudadanos y organizaciones civiles el acceso a la información institucional mediante actividades y herramientas tecnológicas, de fácil acceso, de tal forma que consecuentemente se conviertan en escenarios de interlocución entre el ciudadano y la ILC. | Elaboración de informes, de gestión, de ejecución presupuestal, contratacion, de empalme, entre otros | Todas las areas para la elaboración del informe de gestión, para la elaboraciónde lpresupuesto el area de financiera y para la elaboración del plan de compras el area de comprasy contratación | X | | | | | | | | | | |
| | | | Páginas web, canales multimiedia y redes sociales | Area de informatica y comunicación y prensa | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| | | | Publicaciones, Publicidad y Comunicados de prensa Medios | Comunicación y prensa | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| | | | Carteleras o avisos informativos | Area de comunicación y prensa | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| | | | Utilización de espacios en medios de comunicación masiva: | Area de comunicación y prensa y Mercadeo | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| | Dialogo | Construir la información relativa a la ILC, de tal forma que el ciudadano pueda acceder a ella de manera oportuna, veraz, comprensible y objetiva | Audiencia pública participativa | Todas las Areas. | | | | | | | | | | | x |
| | | | Feria del Saber | Todas las Areas. | | | | | | | | | x | | |
| | | | Ruedas de Prensa y Agenda de medios | Comunicacióin y prensa | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| | | | Espacios de diálogo a través nuevas tecnologías de la información: | Comunicacióin y prensa | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| | | | Paricipacion en eventos feriales y exposisciones | Mercadeo | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| | Incentivos | Diseñar e implantar planes de incentivos orientados a generar estímulos a los ciudadanos, servidores públicos del Departamento de Caldas y a los servidores públicos de la ILC, para promover su participación en el proceso de rendición de cuentas | Capacitación a servidores públicos y a ciudadanos | Desarrollo hunano y calidad de vida | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| | | | Encuestas y difusión de resultados | Desarrollo hunano y calidad de vida Y comunicación y prensa | | | | | | | | | | x | x |
| | | | Convocatorias a la ciudadanía para promover su participacion en los diferentes canales ofrecidos por la ILC | Comunicacióin y prensa y Mercadeo | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| | | | Realizar seguimiento y evaluación a las manifestaciones realizadas por los ciudadanos para la construcción de planes de mejoramiento institucional. | Servicio al Cliente | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x | x |
| | EVALUACION INTERNA Y EXTERNA | Evaluar interna y externamente la Estrategia de Rendición de cuentas de la ILC | Aplicación encuesta ante agentes internos y externos | Servicio al Cliente | | | x | | | | | | | | |
| | | | Analizar, y si es del caso, implementar planes de acciones de mejoramiento propuestas por agentes internos y externos | | | | x | | | | | | | | |