

**OFICINA DE CONTROL INTERNO
SEGUIMIENTO AL PLAN DE ACCION ANUAL
DEL 01-10-2019 AL 31-12-2019**

1.- PROCESO: Gestión de Comunicaciones y Mercadeo	2.- RESPONSABLE: Jefe Oficina de Difusión y Mercadeo de Información
3.- OBJETIVOS INSTITUCIONALES RELACIONADOS CON LA DEPENDENCIA: <ul style="list-style-type: none"> - Implementar un plan de modernización y fortalecimiento institucional - Promover la habilitación de gestores catastrales - Implementar la prestación por excepción de la gestión catastral, acorde con los procedimientos con enfoque multipropósito 	
4.- POLITICAS: <ul style="list-style-type: none"> - Transparencia, acceso a la información pública. 	

5.- PRODUCTO	6.- MEDICIÓN DE ACTIVIDADES		
	6.1. AVANCE REPORTADO (%)	6.2. AVANCE VERIFICADO (%)	6.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS IV TRIMESTRE DE 2019
<p align="center">PRODUCTO 1 PLAN ESTRATÉGICO DE COMUNICACIONES DEL IGAC IMPLEMENTADO</p> <p><u>INDICADOR:</u> Porcentaje avance Implementación Estrategia de comunicación. Meta: 100%</p>	5.15%	5.15%	<p>De acuerdo con las evidencias aportadas, se puede verificar el avance y cumplimiento de las actividades definidas para la implementación estrategia de comunicación, tales como:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Divulgación de información solicitada por las dependencias a los servidores del IGAC. • Generación de interacciones con las partes interesadas, por medio de la publicación de información sobre la gestión y actividades del IGAC. • Gestión de registros informativos en medios de comunicación masivos. • Generación de piezas audiovisuales para dar a conocer las actividades y gestión del IGAC. • Implementación del plan de comunicaciones orientado a la divulgación de la nueva política catastral. • Desarrollo de campañas de comunicación interna y externa.
<p align="center">PRODUCTO 2 DOCUMENTOS DE LINEAMIENTOS TÉCNICOS</p> <p><u>INDICADOR:</u> Porcentaje avance de</p>	4.25%	4.25%	<p>Se verifica el avance del producto de acuerdo con las siguientes actividades:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 1 - Estudio de Oferta y Demanda. <u>Resultado:</u> El proceso seleccionó 20 oficinas para muestreo y se estima un tamaño de muestra de 630 encuestas a nivel nacional.



5.- PRODUCTO	6.- MEDICIÓN DE ACTIVIDADES		
	6.1. AVANCE REPORTADO (%)	6.2. AVANCE VERIFICADO (%)	6.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS IV TRIMESTRE DE 2019
<p>los documentos de lineamientos técnicos realizados. Meta: 100%</p>			<p>Se estructuraron los resultados históricos de ventas con el fin de estandarizar el informe.</p> <p>Con relación al Estudio de oferta y demanda se realizaron las respectivas recomendaciones del diagnóstico según los resultados de las encuestas, los niveles de ventas a nivel nacional y la información recopilada.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Actividad 2 - Actualizar, ejecutar y monitorear el plan de mercadeo de la Entidad. <u>Resultado:</u> Lanzamiento del Canal Científico - Conexión Geográfica, el cual busca impulsar los productos y servicios del IGAC. También se llevaron a cabo actividades en ferias y eventos, difusión del curso del CIAF en Análisis y modelamiento del SIG con aplicaciones en medio ambiente. Se dio mayor impulso a la Tienda Virtual a través de actividades de marketing digital. Se alinearon los objetivos del Plan Estratégico Institucional PEI con las estrategias que debe realizar la Oficina de Difusión y Mercadeo, donde se busca promover la difusión de la nueva política catastral, catastro multipropósito y fortalecer las demás áreas estratégicas. • Actividad 3 - Rediseñar y mantener actualizado el catálogo de productos y servicios de la Entidad. <u>Resultado:</u> Se ha mantenido vigente el catálogo de los productos ofrecidos por el Instituto durante el periodo. • Actividad 4 - Implementar un (1) sistema de customer relationship management - (CRM) de clientes de la Entidad. <u>Resultado:</u> A partir del análisis final realizado a la herramienta del CRM, se concluye que si bien la herramienta es beneficiosa para el manejo de clientes, esta presentó muchas falencias a lo largo del año, entre ellas la falta de soporte técnico que permitiera realizar cambios de fondo como la creación de nuevos usuarios, teniendo en cuenta el ingreso de nuevos usuarios comerciales en diferentes territoriales, el cambio del rol administrador ya que no permite obtener informes detallados y finalmente el bloqueo de la herramienta en varios de los equipos en diferentes ciudades, lo cual finalmente conllevó a que el CRM solo fue usado por tres comerciales de un total de 9.



5.- PRODUCTO	6.- MEDICIÓN DE ACTIVIDADES																														
	6.1. AVANCE REPORTADO (%)	6.2. AVANCE VERIFICADO (%)	6.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS IV TRIMESTRE DE 2019																												
<p align="center">PRODUCTO 3 INGRESOS POR VENTAS DE CONTADO CONSOLIDADO A NIVEL NACIONAL</p> <p>INDICADOR: Cumplimiento de la meta de ingresos por ventas de contado establecida. Meta: 100%</p>	3.07%	3.07%	<p>Se verifican los avances de las actividades definidas a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> Actividad 1 - Realizar seguimiento, monitoreo y acompañamiento para el cumplimiento de la meta de ventas de contado en la Sede Central. <u>Resultado:</u> Se evidencia el reporte mensual de los ingresos por ventas de contado a en Sede Central. Se validan los siguientes avances del cuarto trimestre así: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Periodo</th> <th>Meta de venta anual</th> <th>Venta del mes</th> <th>% Avance</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Octubre</td> <td rowspan="3">8.910.376.613</td> <td>\$ 138.590.615</td> <td>1.56%</td> </tr> <tr> <td>Noviembre</td> <td>\$ 99.750.993</td> <td>1.12%</td> </tr> <tr> <td>Diciembre</td> <td>\$ 392.457.010</td> <td>4.40%</td> </tr> </tbody> </table> <ul style="list-style-type: none"> Actividad 2 - Realizar seguimiento, monitoreo y acompañamiento para el cumplimiento de la meta de ventas de contado en las Direcciones Territoriales <u>Resultado:</u> Se evidencia el reporte mensual de los ingresos por ventas de contado en las Direcciones Territoriales. Se validan los siguientes avances del cuarto trimestre así: <table border="1"> <thead> <tr> <th>Periodo</th> <th>Meta de venta anual</th> <th>Venta del mes</th> <th>% Avance</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Octubre</td> <td rowspan="3">8.910.376.613</td> <td>\$ 439.513.673</td> <td>4.93%</td> </tr> <tr> <td>Noviembre</td> <td>\$ 361.508.814</td> <td>4.06%</td> </tr> <tr> <td>Diciembre</td> <td>\$ 393.365.730</td> <td>4.41%</td> </tr> </tbody> </table>	Periodo	Meta de venta anual	Venta del mes	% Avance	Octubre	8.910.376.613	\$ 138.590.615	1.56%	Noviembre	\$ 99.750.993	1.12%	Diciembre	\$ 392.457.010	4.40%	Periodo	Meta de venta anual	Venta del mes	% Avance	Octubre	8.910.376.613	\$ 439.513.673	4.93%	Noviembre	\$ 361.508.814	4.06%	Diciembre	\$ 393.365.730	4.41%
Periodo	Meta de venta anual	Venta del mes	% Avance																												
Octubre	8.910.376.613	\$ 138.590.615	1.56%																												
Noviembre		\$ 99.750.993	1.12%																												
Diciembre		\$ 392.457.010	4.40%																												
Periodo	Meta de venta anual	Venta del mes	% Avance																												
Octubre	8.910.376.613	\$ 439.513.673	4.93%																												
Noviembre		\$ 361.508.814	4.06%																												
Diciembre		\$ 393.365.730	4.41%																												
TOTAL	12.47%	12.47%	Se valida porcentaje de cumplimiento de los avances programados en el cuarto trimestre, de acuerdo con el consolidado de indicadores por proceso del PAA objeto de seguimiento.																												

7.- EVALUACIÓN DE LA OFICINA DE CONTROL INTERNO A LOS COMPROMISOS ASOCIADOS AL CUMPLIMIENTO DE LA MISIÓN INSTITUCIONAL Y EJECUTADOS POR LA DEPENDENCIA: Metodología para la selección de la muestra: Para el presente seguimiento se tomaron como muestra 3 de los 4 los productos definidos en el PAA con su respectivo avance; y el cálculo del porcentaje del avance reportado en los periodos correspondientes, se determinó de la siguiente manera: total avance del indicador del producto reportado en el IV trimestre por el porcentaje del peso determinado para el producto. De acuerdo con lo anterior, se llevó a cabo la verificación, el análisis y el cotejo de las evidencias dando como resultado un cumplimiento del 12.47% del avance de los indicadores del proceso reportados en el IV trimestre vs. el 12.47% del avance verificado de acuerdo con las evidencias aportadas.



El futuro
es de todos

Gobierno
de Colombia

IGAC
INSTITUTO GEOGRÁFICO
AGUSTÍN CODAZZI



8.- RECOMENDACIONES DE MEJORAMIENTO POR PARTE DE LA OFICINA DE CONTROL INTERNO: El avance de la ejecución del indicador del producto debe ir a la par con la ejecución de las actividades implementadas para la realización del mismo.

9.- FECHA: 25 de Marzo de 2020.

AUDITOR: Didier Moreno Ariza

10.- FIRMA:

JORGE ARMANDO PORRAS BUITRAGO - Jefe Oficina de Control Interno _____

NOTA: EL “**INDICADOR VERIFICADO (%)**” ES EL QUE CALCULA EL FUNCIONARIO AUDITOR DE ACUERDO CON LA PROGRAMACIÓN Y SEGUIMIENTO TRIMESTRAL REPORTADO POR CADA DEPENDENCIA.