

OFICINA DE CONTROL INTERNO  
SEGUIMIENTO AL PLAN DE ACCION ANUAL - PAA

31-03-2019

1.- PROCESO: Gestión de Difusión y Comercialización	2.- RESPONSABLE: Jefe Oficina de Difusión y Mercadeo de Información.
3.- OBJETIVOS INSTITUCIONALES RELACIONADOS CON LA DEPENDENCIA: Facilitar y promover el acceso a los trámites, servicios e información geográfica que produce el instituto, racionalizando y optimizando el uso de recursos.	
4.- POLITICAS:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Política Planeación institucional</li> <li>• Política Gestión presupuestal y eficiencia del gasto público</li> <li>• Política Seguimiento y evaluación del desempeño institucional</li> <li>• Política Participación ciudadana en la gestión pública</li> <li>• Política Transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción</li> <li>• Política de servicio al ciudadano.</li> </ul>	

5.- PRODUCTO	6.- MEDICIÓN DE ACTIVIDADES		
	6.1. AVANCE REPORTADO (%)	6.2. AVANCE VERIFICADO (%)	6.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS I TRIMESTRE 2019
<p>Documentos de Lineamientos Técnicos.</p> <p>Indicador: Porcentaje avance de los documentos de lineamientos técnicos realizados</p>	1.90%	1.90%	<p>Para la realización del producto se llevaron a cabo las siguientes actividades de acuerdo con lo planificado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Actualizar, ejecutar y monitorear el plan de mercadeo de la Entidad.</li> </ul> <p><u>Resultado:</u> Para la actualización del plan de mercadeo se han venido ejecutando tareas de recolección de información a través de las áreas estratégicas para conocer sus necesidades y nuevos proyectos. Durante el mes de marzo se llevaron a cabo reuniones con los jefes y coordinadores de las áreas estratégicas para conocer e identificar necesidades, proyectos y estrategias de cada una de las subdirecciones.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Rediseñar y mantener actualizado el catálogo de productos y servicios de la Entidad.</li> </ul> <p><u>Resultado:</u> Se realizó la actualización del catálogo de productos y servicios del IGAC con base en la Resolución de Precios No. 260 de febrero de 2019.</p>

5.- PRODUCTO	6.- MEDICIÓN DE ACTIVIDADES		
	6.1. AVANCE REPORTADO (%)	6.2. AVANCE VERIFICADO (%)	6.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS I TRIMESTRE 2019
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar un (1) sistema de customer relationship management - (CRM) de clientes de la Entidad. <u>Resultado:</u> Se solicitó a las subdirecciones una base de datos actualizada que permita fidelizar usuarios, captar nuevos, realizar servicio post venta, determinar nichos de mercado y realizar seguimiento del proceso comercial, a fin de potencializar la venta de productos y servicios.</li> <li>• Formular un modelo de distribución de productos y servicios en diferentes plataformas on-line multicanal. <u>Resultado:</u> Se plantean los objetivos generales y específicos para la formulación del modelo a fin de establecer la viabilidad de los canales de venta para publicaciones a través de un Market Place.</li> </ul> <p>Se valida cumplimiento del avance programado en el trimestre.</p>
<p><b>Informe de medición de la satisfacción del ciudadano</b></p> <p><u>Indicador:</u> Porcentaje de satisfacción</p>	1.50%	1.50%	<p>Se definieron dos actividades para este producto:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar la satisfacción del cliente externo a nivel de producto adquirido y el servicio proporcionado en los Centros de Información Geográfica (CIG) de la Entidad. <u>Resultado:</u> Se realizaron mesas de trabajo para la unificación de las encuestas de satisfacción las cuales fueron aprobadas por parte del GIT Servicios Administrativos y por la Oficina de Difusión y Mercadeo de Información. Las fichas técnicas se encuentran en construcción para su aprobación.</li> <li>• Atender las solicitudes que realicen los ciudadanos que manifiestan su interés de conocer las instalaciones del Instituto y los procesos misionales. <u>Resultado:</u> Dentro del periodo se atendieron visitas en las diferentes temáticas que dispone el IGAC a diferentes Universidades.</li> </ul> <p>Se valida cumplimiento del avance programado en el trimestre.</p>

5.- PRODUCTO	6.- MEDICIÓN DE ACTIVIDADES		
	6.1. AVANCE REPORTADO (%)	6.2. AVANCE VERIFICADO (%)	6.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS I TRIMESTRE 2019
<p><b>Informe de ventas consolidado a nivel Nacional</b></p> <p>Indicador: Cumplimiento de la meta de ventas establecida</p>	2.43%	2.43%	<p>Para la realización del producto se llevaron a cabo las siguientes actividades de acuerdo con lo planificado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar seguimiento, monitoreo y acompañamiento para el cumplimiento de la meta de ventas de contado a la Sede Central y Direcciones Territoriales</li> </ul> <p><u>Resultado:</u> Se verifican los siguientes avances de acuerdo con la meta de ventas anual de \$8.910.376.613 así: Enero \$ 532.835.508 Cumplimiento 5.98% - Febrero \$ 564.179.063 Cumplimiento 6.33% - Marzo \$ 590.482.197 Cumplimiento 6.63%</p> <p>Se valida cumplimiento del avance programado en el trimestre.</p>
<p><b>Servicios de Información Implementados</b></p> <p>Indicador: Porcentaje de servicios de información implementados</p>	5.88%	5.88%	<p>Para la realización del producto se llevaron a cabo las siguientes actividades de acuerdo con lo planificado:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar y ejecutar un plan para el desarrollo de estrategias de marketing digital y de atención a los ciudadanos y Grupos de interés.</li> </ul> <p><u>Resultado:</u> se verifica la construcción del plan, se han venido ejecutando estrategias a través de las redes sociales, vía mailing y pantallas digitales las cuales se llevan a cabo semanalmente, difundiendo productos y servicios con el fin de dar fuerza a los contenidos y generar recordación.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar y ejecutar dos (2) campañas de comunicación en medios digitales</li> </ul> <p><u>Resultado:</u> Se desarrollaron los siguientes temas: Canal Científico "Conexión Geográfica" - Presentación de la propuesta del canal a los funcionarios del Instituto el día 27 de marzo; - Celebración meses – Secretaría General - se desarrolló de manera conjunta con la Oficina Asesora de Planeación y con el GIT de Talento Humano la campaña "Marzo, Mes de la Planeación".</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar una (1) aplicación móvil (apps); de la información Geográfica a nivel nacional, teniendo en cuenta las prioridades de la entidad.</li> </ul> <p><u>Resultado:</u> Se realizó una reunión con la subdirección de Catastro para definir el tema de la aplicación móvil (app). (Registro asistencia del 29-03-2019)</p>

5.- PRODUCTO	6.- MEDICIÓN DE ACTIVIDADES		
	6.1. AVANCE REPORTADO (%)	6.2. AVANCE VERIFICADO (%)	6.3. ANÁLISIS DE RESULTADOS I TRIMESTRE 2019
			<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Implementar la II Fase de la tienda virtual para incorporar otros productos y servicios en línea para los ciudadanos.</b> <u>Resultado:</u> Se evidencia plan de trabajo para la tienda virtual y se hizo revisión y ajustes a la misma en el tema de la implementación de la encuesta de satisfacción a compradores.</li> <li>• <b>Adaptar dos (2) publicaciones de la entidad haciéndolas accesibles para la lectura de la comunidad con discapacidad visual y auditiva, a través de las herramientas JAWS y MAGIC.</b> <u>Resultado:</u> Se recibió correo electrónico con fecha 11-01-2019 en el cual se hizo entrega por parte del Instituto Nacional para Ciegos INCI de la publicación Geografía de Colombia capítulo 5 con la adaptación para la respectiva lectura a la comunidad con discapacidad visual.</li> <li>• <b>Integrar mil doscientas (1200) publicaciones de la colección General, mapoteca, hemeroteca y material incunable a través de un código QR que permita un fácil acceso y difusión mediante los diferentes canales de información.</b> <u>Resultado:</u> Se colocó código QR a 40 Revistas, 40 libros y 40 mapas. Se verifican 5 publicaciones de cada temática en la plataforma de biblioteca.</li> <li>• <b>Actualizar los servicios de la biblioteca virtual a través del análisis de información descripción y digitalización de la colección General, mapoteca, hemeroteca y material incunable de 500 títulos para la difusión de información Geográfica.</b> <u>Resultado:</u> Para la actualización de los servicios de la biblioteca virtual se subieron al catálogo 5 libros incunables, 5 mapas y 5 publicaciones; de igual manera se catalogaron 20 libros, 22 mapas, 3 mapas incunables y 20 títulos de revistas, dispuestos para consulta de los usuarios. Se realiza verificación en la plataforma de la biblioteca virtual a 10 publicaciones.  Se valida cumplimiento del avance programado en el trimestre.</li> </ul>
<b>TOTAL</b>	<b>11.71%</b>	<b>11.71%</b>	<b>Se valida porcentaje de cumplimiento del avance programado en el trimestre.</b>

**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 seguimiento se tomaron todas las actividades planificadas en el primer trimestre de 2019 y que presentan avance de ejecución el PAA; y el cálculo del porcentaje del avance reportado en el período correspondiente se determinó de la siguiente manera (total del avance ejecutado actividades del producto en el trimestre / el total proyectado de las actividades del producto en el trimestre \* el peso respectivo).

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 11.71% del avance reportado en el trimestre vs. el 11.71% del avance verificado en campo.

**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: 16 de Mayo de 2019.

AUDITOR: Didier Moreno Ariza

**10.- FIRMA:**

GLORIA MARCELA LUNA RIAÑO, Jefe Oficina de Control Interno (E).

  
29/05/2019

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