

## INFORME DE AUDITORÍA

**NOMBRE DEL PROCESO, ÁREA O TEMA A AUDITAR:** Auditoría de Gestión al Proceso de Mercadeo y Comunicaciones

**INFORME PRELIMINAR:** 31/10/2022 **INFORME DEFINITIVO:** 16/11/2022

### 1. INTRODUCCIÓN.

La Oficina de Control Interno, en ejercicio de las facultades legales otorgadas por la Ley 87 de 1993, modificada por la Ley 1474 de 2011, el Decreto 2145 de 1999 y sus modificaciones; los Decretos 648 y 1499 de 2017, el Decreto 338 de 2019 “Por el cual se modifica el Decreto 1083 de 2015, Único Reglamentario del Sector de Función Pública, en lo relacionado con el Sistema de Control Interno y se crea la Red Anticorrupción”, el Decreto 403 de 2020 CGR, “Fortalecimiento del Control Fiscal” y las Circulares Normativas establecidas por la Entidad, el estatuto de Auditoría Interna y la guía para la administración del riesgo y el diseño de controles en entidades públicas emitida por el DAFP en su versión No 5, tiene como función realizar la evaluación independiente y objetiva al Sistema de Control Interno, a los procesos, procedimientos, actividades y actuaciones de la administración, con el fin de determinar la efectividad del Control Interno, el cumplimiento de la gestión institucional y los objetivos de la Entidad, produciendo recomendaciones para asesorar al Representante Legal en busca del mejoramiento continuo y permanente del Sistema de Control Interno.

En cumplimiento al Programa Anual de Auditorías aprobado en el mes de enero de 2022 por el Comité Asesor de Junta Directiva de Auditoría, la Oficina de Control Interno realizó Auditoría de Gestión al Proceso de Mercadeo y Comunicaciones, de conformidad al Plan de Auditoría y Carta de Representación dados a conocer con anterioridad a la Gerente de Comunicaciones y Mercadeo como responsable, cuyo propósito principal fue verificar la existencia y efectividad de los controles, la correcta administración de los riesgos y efectuar las recomendaciones necesarias en pro del mejoramiento continuo y permanente del proceso, lo cual redundará en el cumplimiento de la Misión y los Objetivos Institucionales.

### 2. OBJETIVO DE LA AUDITORÍA

Evaluar la efectividad de los controles existentes, el manejo de los riesgos e indicadores, la pertinencia y oportunidad de los procedimientos establecidos en los

Manuales y las Circulares Normativas aplicables al Proceso de Mercadeo y Comunicaciones, así como las normas expedidas por el Gobierno Nacional, relacionadas con la información y las comunicaciones, generando una cultura organizacional fundamentada en la información, el control y la evaluación.

### **3. ALCANCE**

La Oficina de control interno realizó Auditoría Interna de Gestión al Proceso de Mercadeo y Comunicaciones, evaluando la aplicabilidad de los procesos y procedimientos establecidos en los Manuales, Circulares, Políticas y Normatividad Legal Vigente, donde se evaluó el periodo comprendido entre el 1 de enero de 2020 y el 31 de agosto de 2022.

Esta auditoría se realizó en cumplimiento a las normas y técnicas de auditoría generalmente aceptadas, con fundamento en las normas internacionales de auditoría basadas en riesgos, la guía para la administración del riesgo y el diseño de controles en entidades públicas, Estatuto de Auditoría Interna, séptima dimensión y tercera línea de defensa del Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG, la auditoría se realizó del 3 al 27 de octubre de 2022.

### **4. DESARROLLO DE LA AUDITORÍA**

#### **4.1. EVALUACIÓN DE AUDITORIAS ANTERIORES**

**4.1.1 Auditorias anteriores:** Proceso de Mercadeo y Comunicaciones no registra acciones por cumplir de la auditoría realizada en la vigencia 2020.

**4.1.2 Auditorías internas de Calidad:** Se realizó la verificación de las acciones de mejora en el aplicativo ISOLUCION, observando que el Proceso de Mercadeo y Comunicaciones presenta una oportunidad de mejora en estado “abierto” registrada en el aplicativo con el código 1345, relacionada con la desactualización de la Matriz de Comunicaciones – Anexo 02 del Manual 14 “Política de Comunicación Institucional”, se definió como acción correctiva la revisión de la Matriz y ajustes al formato en concordancia al Mapa de procesos del SIG vigente con fecha de vencimiento el 30 de noviembre de 2022.

**4.1.3 Plan de Mejoramiento CGR,** La Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo no tiene ninguna acción de mejora en el Plan de Mejoramiento vigente suscrito con la Contraloría General de la República.

## 4.2. EVALUACIÓN DE RIESGOS.

El mapa de riesgos del proceso de Mercadeo y Comunicaciones actualizado al 30 de septiembre de 2022 registra dos riesgos operativos, tal como se detalla a continuación:

TIPO DE RIESGO	DENOMINACIÓN DEL RIESGO	CONTROLES ASOCIADOS
OPERATIVO	RO-CR-01 Diseño y/o implementación errada de campañas publicitarias	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revisar el Requerimiento</li> <li>2. Revisar el Material de Gestión</li> <li>3. Revisar el Brief y Asignar Responsable</li> <li>4. Revisión del Plan de comunicaciones</li> <li>5. Revisar el informe Post Campaña</li> <li>6. Revisar Material General</li> <li>7. Revisar concepto y piezas de Campaña</li> <li>8. Realizar Seguimiento a los cronogramas internos y externos Plan de Medios</li> </ol>
OPERATIVO	RO-CR-02 Difusión de información incompleta, confusa o inoportuna de CISA a las partes interesadas	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Revisión del esquema de publicación</li> <li>2. Revisión de Solicitud de Modificación página Web</li> <li>3. Actualización de la información en la página web</li> </ol>

Fuente: Aplicativo ASE – 28 de octubre de 2022

Una vez analizados los riesgos y controles que se registran en el Aplicativo de Seguimiento a la Estrategia – ASE, se evidenció que los riesgos identificados se encuentran soportados en dos flujos de ZEUS denominados **“Solicitud de Mercado y Comunicaciones”** y **“Actualización y/o publicación página WEB”** los cuales presentan debilidades en su implementación toda vez que se permite dar continuidad al flujo de solicitud sin la aprobación del líder del proceso o área solicitante, lo que puede generar la posible materialización del riesgo al no ser efectivo este punto de control tal como se describe a continuación:

### a. Flujo de Zeus - Solicitud de Mercadeo y Comunicaciones

Evaluadas las radicaciones realizadas a este flujo para el periodo evaluado, se observa lo siguiente:

TIPO DE SOLICITUD	2020	2021	2022	TOTAL
COMUNICACIÓN DE MARCA CISA	22	32	33	87
COMUNICACIÓN DE MARCA CISA (INTERNA)	1			1
COMUNICACIÓN DEL NEGOCIO (MERCADERO)	73	84	44	201
COMUNICACIÓN INTERNA	180	237	138	555
<b>TOTAL POR VIGENCIA</b>	<b>276</b>	<b>353</b>	<b>215</b>	<b>844</b>

Fuente: Base de Datos Aplicativo Zeus – Octubre 2022

De las solicitudes radicadas durante las vigencias 2020,2021 y corte agosto 2022, se seleccionaron a los funcionarios que sin ser jefes o líderes de algún proceso identificado en el SIG radicaron más de cinco (5) solicitudes durante el periodo evaluado, identificando los siguientes:

No.	FUNCIONARIO - NO LIDER	2020	2021	2022	TOTAL
1	DIANA ROCIO LANCHEROS GONZALEZ	48	27	17	92
2	ALEXANDRA LUENGAS PINZON	41	21	20	82
3	DIANA MARCELA CIFUENTES MOLINA	24	15	11	50
4	WILLIAM HIGUERA PAZ	7	22	5	34
5	MONICA LISET MUÑOZ ESTEPA	6	21	6	33
6	RICARDO ESPINEL PUENTES	9	14	4	27
7	LUZ MARINA JIMENEZ MARTIN	9	12	2	23
8	MARILUZ CASALLAS REYES	8	5	9	22
9	ELIANA PATRICIA VILLAMARIN R.	1	12	9	22
10	ANGIE MARYLIN RICO ACOSTA	3	16		19
11	LINA MARIA GONZALEZ CRUZ	7	3	4	14
12	EMILCE DONOSO CALDERON	5	5	4	14
13	WILLIAM HERNANDO SOLANO	6	7	1	14
14	MIGUEL PABLOS PEREA	1	6	5	12
15	DAVID MATEO VARGAS MOYANO		12		12
16	LINA QUITIAN ZAZA		6	4	10
17	LAURA ALEJANDRA LOPEZ TIBAQUIRA		5	5	10
18	DAMARIS BIBIANA OSPINA CORREAL	1	5	4	10
19	YURY XILENA YUSTY CANOA	4	1	5	10
20	DOLLY ASTRID ZABALA RINCON	3	3	3	9
<b>21</b>	<b>DIEGO LUIS GOMEZ ROA</b>	<b>8</b>		<b>1</b>	<b>9</b>
22	SANDRA VIVIANA NEIRA RODRIGUEZ		5	3	8
23	JOSE ALBERTO CASTRO PEREIRA		8		8
24	SONIA DUARTE SOLANO	6	1		7
25	ANA MARIA ESCOBAR		6		6
26	JEISSON ANDRES LENIS RODRIGUEZ	1	5		6
27	JHON JAIBER PRIETO PERILLA	2	1	3	6
28	ZULMA ROCIO RODRIGUEZ MUÑOZ	2	4		6

Fuente: Base de Datos Aplicativo Zeus – octubre 2022

Del cuadro anterior se resalta el incumplimiento del requisito de la aprobación que debe ser del jefe o líder del proceso, lo que evidencia que los controles establecidos para mitigar el riesgo “RO-CR-01 Diseño y/o implementación errada de campañas publicitarias” no sean afectivos y se pueda presentar una posible materialización del riesgo.

A continuación se describen los radicados por vigencia que superan el 50% del total las solicitudes realizadas por los procesos y que no son aprobadas por los jefes y/o líderes de proceso.

SOLICITUDES / VIGENCIA	2020	2021	Corte Agosto 2022
MAYORES A 5	202	248	125
GENERAL	276	353	215
<b>% DE SOLICITUDES QUE NO CUMPLEN CON LA APROBACIÓN DEL JEFE Y/O LIDER</b>	<b>73%</b>	<b>70%</b>	<b>58%</b>

Fuente: Base de Datos Aplicativo Zeus – octubre 2022

b. Flujo de Zeus - **“Actualización y/o publicación página WEB”**

En el flujo de actualización y/o publicación en la página WEB se evidencia que los siguientes funcionarios radicaron la solicitud sin la aprobación del jefe o líder de proceso.

No.	FUNCIONARIO - NO LIDER	2020	2021	2022	TOTAL
1	JACQUELINE OTALVARO GAMBA	6	21	22	49
2	ERIKA LIZETH DIAZ MARTINEZ	5	18		23
3	JUAN DAVID VARGAS CARVAJAL	5			5
4	DAVID BARRERA ROMERO	3	1		4
5	DIANA ROCIO LANCHEROS GONZALEZ			3	3
6	ROBERTH CARDENAS SILVA	1	1		2
7	DIEGO ARMANDO BOTERO RODRIGUEZ			2	2
<b>TOTALES</b>		<b>20</b>	<b>41</b>	<b>27</b>	<b>88</b>

Fuente: Base de Datos Aplicativo Zeus – octubre 2022

Como se evidencia en el cuadro anterior el incumplimiento en el requisito de aprobación por parte del jefe o líder de proceso, puede generar la posible materialización del riesgo *“RO-CR-02 Difusión de información incompleta, confusa o inoportuna de CISA a las partes interesadas”* al publicar información que no cumple con los criterios de objetividad, claridad, oportunidad y completitud, evidenciando para este caso que el control no es efectivo.

Adicionalmente el proceso no registra el reporte de posibles materializaciones de riesgos en el periodo evaluado, no obstante, el equipo de auditoria en el numeral 4.9 del presente informe relaciona los incumplimientos de los documentos y errores en las solicitudes de publicación que remiten los procesos, incumpliendo lo establecido en el numeral 11.5.1.1 de la Circular Normativa 107 “Política de Administración del Riesgo” – versión 27 del 27 de julio de 2022.

### 4.3. EVALUACIÓN DE INDICADORES

El proceso de Mercadeo y Comunicaciones registra un indicador en el SIG denominado “Atención de Solicitudes de Mercadeo y/o Comunicaciones” el cual fue creado a partir del primer trimestre de 2021, siendo la fuente de información principal el flujo de ZEUS “Solicitud de Mercadeo y Comunicaciones”, así mismo la formula del indicador describe que se mide **(No. de solicitudes de mercadeo y/o comunicaciones ejecutadas en el periodo) / (No. de solicitudes de mercadeo y/o comunicaciones planeadas en el periodo) x 100**, no obstante, las solicitudes del flujo son realizadas por demanda y no están sujetas a una programación preestablecida, lo que desvirtúa la medición del indicador toda vez no se hace referencia a la oportunidad en la atención de las solicitudes en concordancia con el objetivo del indicador que establece “Medir el cumplimiento de las solicitudes de mercadeo y/o comunicaciones implementadas de acuerdo con las planificadas”.

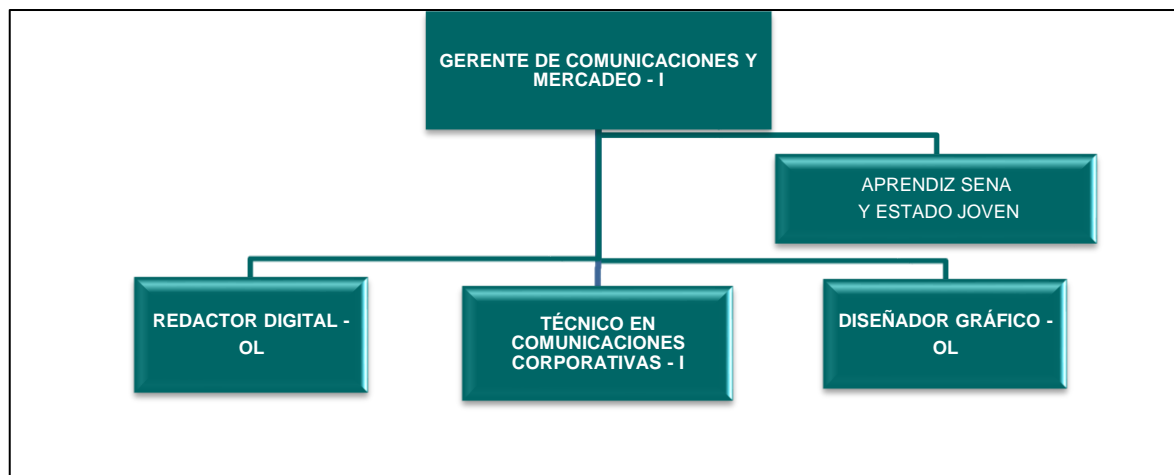
Por lo anterior se puede establecer que los resultados de la medición de este indicador no generan un valor agregado que le permitan al líder del proceso tomar decisiones en pro del mejoramiento continuo del mismo.

### 4.4. ESTRUCTURA DE LA GERENCIA

El Proceso de Mercadeo y Comunicaciones a corte 30 de agosto de 2022 tiene asignado cinco (5) perfiles de cargos definidos de acuerdo con la siguiente estructura y modalidad de contratación:

- a. Término indefinido – 2
- b. Obra o Labor – 2
- c. Estado Joven – 1

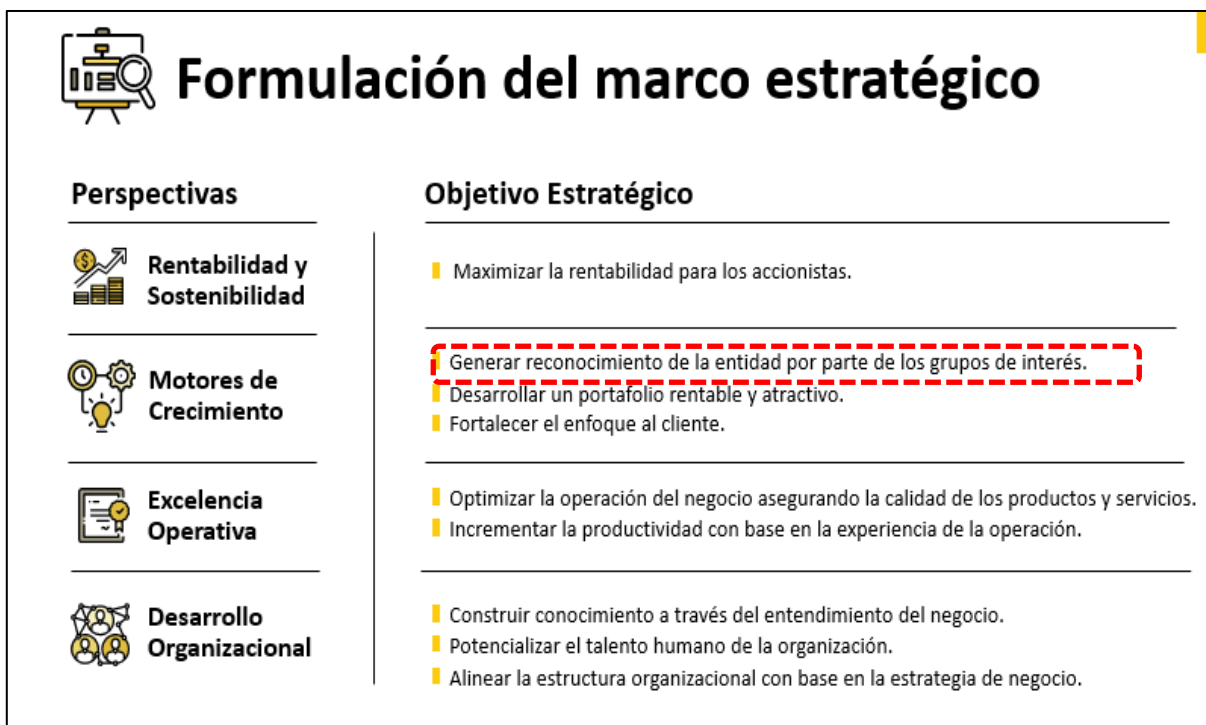
Así mismo en la estructura se evidencio que se tiene asignado un (1) aprendiz SENA



El equipo auditor realizó la validación de las actividades reportadas por el proceso de Gestión Humana versus las actividades desarrolladas por los funcionarios asignados al proceso, evidenciando que sus actividades están conforme a sus perfiles.

#### 4.5. PARTICIPACION DEL PROCESO EN EL PLAN ESTRATEGICO DE CISA (2019-2022)

En la formulación del marco estratégico definido por la Entidad, se definieron las siguientes perspectivas y objetivos estratégicos, de los cuales la Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo como área operativa del Proceso Mercadeo y Comunicaciones es la responsable de desarrollar las actividades entorno al cumplimiento del objetivo estratégico de “Generar reconocimiento de la entidad por parte de los grupos de interés”.



Fuente: Planeación Estratégica 2019-2022

Para atender la perspectiva de “motores de crecimiento” se definieron varias actividades inscritas en el Plan de Acción Consolidado para las vigencias 2020 y 2021, de las cuales tres (3) de ellas son de responsabilidad del Proceso de Mercadeo y Comunicaciones y su ejecución y cumplimiento se evidencia en el Aplicativo de Seguimiento a la Estrategia - ASE., como se describe a continuación:

### Motores de Crecimiento

- [Segmentación del mercado](#)
- [Relanzamiento de Marca](#)
- [Generación de Herramientas para la Atracción de clientes Potenciales](#)
- [Fortalecer estrategia comercial Inmuebles - V](#)
- [Fortalecer estrategia comercial - Compra](#)
- [Fortalecer estrategia comercial Cartera](#)
- [Saneamiento de Inmuebles](#)
- [Fortalecer estrategia comercial Subasta de Bienes Muebles](#)
- [Acceso a la información estratégica para la gestión de activos](#)
- [Viabilidad de la línea de negocio de Facility Management](#)
- [Viabilidad de línea de negocio de estructuración de proyectos de Gestión Inmobiliaria](#)
- [Generación de Ingresos a través de Software Estado](#)
- [Generación de Ingresos a través de Participaciones Accionarias](#)
- [Generación de Ingresos a través de Saneamiento de Inmuebles](#)
- [Modelo de Servicio al cliente](#)

### Motores de Crecimiento

- [Segmentación del mercado](#)
- [Relanzamiento de Marca](#)
- [Generación de Herramientas para la Atracción de clientes Potenciales](#)

#### 4.5.1. Cumplimiento de las actividades inscritas en el Plan de Acción Consolidado – Vigencia 2020:

Plan	Categoría	Nombre de la Actividad	Fecha final planificada	Observación Auditoría
OA.2020.CCR	Plan de Acción 2020 > Plan Estratégico Sectorial	Desarrollar actividades para el cumplimiento del ITA	31/12/2020	Se cumple en términos, se aportan correos de solicitudes a las diferentes áreas sin resultado final como respuesta a la solicitud.
	Plan de Acción 2020 > Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano	Revisar y presentar el cumplimiento de la Ley de Transparencia - 1 Semestre	15/07/2020	Se cumple en términos, se aporta seguimiento realizado por la Gerencia de Comunicaciones realizada el 14 de julio de 2020.
		Revisar y presentar el cumplimiento de la Ley de Transparencia - 2 Semestre	31/12/2020	No se realizó presentación del reporte de la Matriz se aporta derecho de petición para apertura y cargue de información el 23 de diciembre de 2020
		Generar espacios de interacción con la alta dirección	31/08/2020	Se cumple en términos, indicando cada presentación realizada con la presidente en diferentes escenarios, físicos y virtuales.



OA.2020.MC	Plan de Acción 2020 > Plan de Seguridad y Privacidad de la Información	Actualizar el inventario, valoración y clasificación de los activos de información - CR	30/06/2020	Se cumple en términos, se aporta la actualización de los activos de información con la herramienta NOVASEC
		Actualizar la identificación, análisis, valoración y tratamiento de los riesgos de SD - CR	30/08/2020	Se cumple en términos, se aporta la actualización de los activos de información con la herramienta NOVASEC
PAE.2019.DO. OB1.EST1.01 Desarrollar sistema de Marketing Interno - Endomarketing	Plan de Acción 2020	Evaluar estrategia endomarketing Comercial.	31/01/2020	Se cumple en términos, se aporta la implementación de la 4 fase del plan indicado en la vigencia 2019, realizado por la consultora Jaqueline Ulloa en cumplimiento a su contrato
		Formular nueva estrategia comercial de endomarketing.	28/02/2020	Se cumplen en términos, se aporta el documento que contiene la estrategia a desarrollar para la vigencia 2020 con objetivos, alcance, indicadores y actividades.
		Implementación de endomarketing enfocado a lo comercial	30/11/2020	Se cumplen en términos, se aporta el documento que contiene las campañas implementadas de enero a noviembre de 2020, indicando en cada una de ellas el objetivo de la misma
		Evaluar la estrategia implementada en el 2020.	31/12/2020	Se aporta el documento de evaluación de la gestión e implementación de las estrategias de fecha 23 de diciembre de 2020 donde se relacionan los resultados en cada una de las campañas y mediciones de medios.
		Formular nueva estrategia interna de endomarketing.	28/02/2020	Se cumplen en términos, se aporta el documento que contiene la estrategia a desarrollar para la vigencia 2020 con objetivos, alcance, indicadores y actividades.
		Implementación de endomarketing enfocado a lo interno.	30/11/2020	Se carga la misma información de la actividad relacionada con el endomarketing comercial
PAE.2019.MC. OB1.EST1.01 Segmentación del mercado	Plan de Acción 2020	Levantar Mapa de Empatía para soluciones para el Estado	30/04/2020	Se cumplen en términos, se aporta el documento con el Mapa para el proceso de soluciones para estado, adicionándola a las elaboradas en la vigencia 2019.
		Desarrollar el Buyer persona para Soluciones para el Estado.	31/05/2020	Se cumplen en términos, se aporta el documento con el Mapa para el proceso de soluciones para el

				estado, adicionándola a las elaboradas en la vigencia 2019.
		Implementar plan de Campañas	30/11/2020	Se cumplen en términos, se aporta el documento con la gestión de 9 campañas de Cartera, inmuebles y subastas al igual que el cambio de Marca de CISA.
PAE.2019.MC. OB1.EST1.02 Relanzamiento de Marca	Plan de Acción 2020	Implementar la estrategia	31/07/2020	Se cumple en términos, se aporta el documento que contiene la guía para implementar una campaña
		Evaluar impacto de campaña de relanzamiento de marca para línea digital	31/07/2020	Se cumple en términos, Resultados del diagnóstico con identificación de oportunidades de mejora a desarrollar en la vigencia
		Diagnosticar estado actual de marca para medios tradicionales.	30/05/2020	Se cumple en términos, se aporta el cronograma y presupuesto con los canales tradicionales (Periódicos como portafolio- El tiempo- El País - El Colombiano) cubriendo el nivel nacional y nivel territorial.
		Formular estrategia de relanzamiento de marca para canales tradicionales.	30/06/2020	El documento soporte que se adjunta es el mismo documento de la actividad anterior (cronograma y presupuesto), documento <b>no valido</b> para una actividad que es diferente a la del diagnóstico.
		Ejecutar estrategia de relanzamiento de marca para canales tradicionales.	31/12/2020	Se aporta la misma información de la acción correspondiente al diagnóstico de marca
		Formar replicadores de Marca al interior de CISA	31/12/2020	Se realizo capacitación a todo el personal de CISA, socializando la manera como se puede hacer replicador de contenidos
		Desarrollar acciones enfocadas en el reconocimiento de la marca en el mercado internacional.	31/08/2020	Se aporta informe de campañas relacionadas con las remesas como medio de inversiones
		Implementar estrategias de branding personal y corporativo a través de LinkedIn.	31/05/2020	Se cumple en términos, se aporta la evidencia de las capacitaciones realizadas de manera virtual a los funcionarios comerciales de la entidad.

PAE.2019.M C.OB1.EST1.0 3 Generación de Herramientas para la Atracción de clientes Potenciales	Plan de Acción 2020	Integrar el landing Page con el CRM institucional	30/09/2020	Se aporta la activación del Usuario de Diego Gomez y plan de trabajo para la integración del CRM con los registros de página WEB
PAE.2019.MC. OB2.EST1.02 Fortalecer estrategia comercial Inmuebles - Venta	Plan de Acción 2020	Analizar la ubicación de las sucursales que permitan constituirse como vitrinas comerciales.	31/03/2020	Se cumple en términos, se adjunta documento de análisis de la ubicación de cada sucursal con sus respectivos hallazgos y observaciones, relacionados con aspectos comerciales
	Plan de Acción 2020	Potencializar la fachada de D.G. para volverla una vitrina comercial de CISA.	31/03/2020	Se cumple en términos, se adjunta documento de análisis de la ubicación de cada sucursal con sus respectivos hallazgos y observaciones, relacionados con aspectos comerciales
Plan de Tratamiento de Riesgos	Plan de Tratamiento o 2020 > Riesgos Operativos y de Corrupción > Comunica ciones y Relaciona miento	Recalificar los riesgos con base en la actualización de la documentación	30/09/2020	Se cumple en términos, se adjunta la evidencia de actualización de controles en ASE
		Actualizar la documentación del proceso con base en la metodología para documentación de controles	31/08/2020	Reportado extemporáneamente, se realiza la Actualización Manual 14 el 15 de septiembre de 2020

Fuente: Aplicativo ASE - octubre 2022

#### 4.5.2. Cumplimiento de las actividades inscritas en el Plan de Acción Consolidado – Vigencia 2021:

Plan	Categoría	Nombre de la Actividad	Fecha final planificada	Observación Auditoría
		Desarrollar ejercicios de participación previo a la rendición de cuentas	30/05/2021	Se cumple en términos, se aporta seguimiento realizado por la Gerencia de Comunicaciones, no obstante, no se cumple con la identificación de fecha y quien elabora y aprueba el documento.
		Generar encuesta de percepción sobre	30/06/2021	Se cumple en términos, se aporta el resultado de la encuesta del evento de Rendición de Cuentas 2020

OA.2021.CCR	Plan de Acción 2021 > Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano	la audiencia pública de RC		
		Generar espacios de interacción con la alta dirección	31/08/2021	Se cumple en términos, no obstante, se aporta el informe de gestión realizado por la Gerencia de Planeación y no las gestiones de comunicación de la Alta Dirección al interior de la Entidad
		Organizar audiencia pública de rendición de cuentas	30/05/2021	Se cumple en términos, Se aporta el video del evento de Audiencia Publica realizado el 31 de mayo de 2021
		Revisar y presentar el cumplimiento de la Ley de Transparencia - 1 Semestre	15/07/2021	Se cumple en términos, se hace la presentación del cumplimiento de la Ley de Transparencia en el comité CIGD del 13 de julio de 2021
		Revisar y presentar el cumplimiento de la Ley de Transparencia - 2 Semestre	31/12/2021	Se cumple en términos, se hace la presentación del cumplimiento de la Ley de Transparencia en el comité CIGD del 23 de diciembre de 2021
PAE.2019.MC. OB1.EST1.01 Segmentación del mercado	Plan de Acción 2021	Actualizar la Identificación, investigación y definición de los Buyer Persona para la V.N	31/07/2021	Se cumplen en términos, se aporta el documento de perfilamiento de 5 empresarios caracterizados y relacionados con la misión de CISA
PAE.2019.MC. OB1.EST1.02 Relanzamiento de Marca	Plan de Acción 2021	Analizar posibilidades de inversión en redes priorizadas	31/04/2021	Se cumplen en términos, se aporta documento de diagnóstico y definición de presupuesto, no obstante, no se aporta el valor agregado de la propuesta.
		Analizar tendencias de relacionamiento de marca en cada una de las redes para recaudo de cartera	31/03/2021	Se cumplen en términos, se aporta documento de análisis y definición de redes para intervenir en el negocio de cartera, no obstante, no se aporta el valor agregado de la propuesta.
		Analizar tendencias de relacionamiento de marca en cada una de las redes para venta de inmuebles	31/03/2021	Se cumplen en términos, se aporta el mismo documento de análisis y definición de redes para intervenir en el negocio de cartera, no obstante, cambia la conclusión en términos del negocio de inmueble, no obstante, no se aporta el valor agregado de la propuesta.

		Ejecutar estrategia de relanzamiento de marca para canales tradicionales.	30/06/2021	Se cumple en términos, se adjunta informe de gestión de la Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo en la cual se definen los cambios y mejoras del proceso de posicionamiento de marca.
		Elaborar propuesta para un desarrollo de transformación digital en CISA	30/06/2021	Se cumple en términos, se adjunta documento de análisis y propuesta de transformación digital, no obstante, no se aporta el valor agregado del informe para CISA
		Generar posicionamiento de marca en medios masivos	31/12/2021	Se aporta informe de campañas en medios y la pauta de RTVC y canales nacionales y territoriales
PAE.2019.M C.OB1.EST1.0 3 Generación de Herramientas para la Atracción de clientes Potenciales	Plan de Acción 2021	Construir relaciones con las entidades de orden local y nacional para compras de activos	30/06/2021	Se cumple en términos, se aporta informe de gestión de la Gerencia de Comunicaciones, donde se relacionan las acciones realizadas para atender la misión de CISA
Plan de Cierre de Brechas FURAG	Plan de Cierre de Brechas FURAG - Comunicaciones	Estudio para determinar el o los idiomas, adicional al español	31/12/2021	Se cumple en términos, se aporta documento de análisis para atender en la entidad a personas con discapacidad auditiva, visual, física y de otro idioma.
		Estudio y sondeo: formatos de accesibilidad para personas con discapacidad auditiva	31/12/2021	Se cumple en términos, se aporta documento de análisis para atender en la entidad a personas con discapacidad auditiva, visual, física y de otro idioma.
		Estudio y sondeo: formatos de accesibilidad para personas con discapacidad visual	31/12/2021	Se cumple en términos, se aporta documento de análisis para atender en la entidad a personas con discapacidad auditiva, visual, física y de otro idioma.
		Estudio y sondeo: formatos de accesibilidad personas discapacidad psicosocial (mental) o intelectual	31/12/2021	Se cumple en términos, se aporta documento de análisis para atender en la entidad a personas con discapacidad auditiva, visual, física y de otro idioma.
		Publicar calendario en la sección de transparencia y	31/12/2021	Se realiza la publicación en la Página WEB de CISA del calendario de eventos

		acceso a la información pública		
--	--	---------------------------------	--	--

Fuente: Aplicativo ASE - octubre 2022

**4.5.3. Cumplimiento de las actividades inscritas en el Plan de Acción Consolidado – Corte agosto 31 de 2022:**

Plan	Categoría	Nombre de la Actividad	Fecha final planificada	Observación Auditoría
Plan de Acción Integrado - 2022	Plan de Acción 2022 > Plan Anticorrupción y Atención al Ciudadano	Desarrollar ejercicios de participación previo a la rendición de cuentas	30/06/2022	Se cumple en términos, se aporta las acciones realizadas previo a la realización del evento relacionadas con el formulario de inscripción y temas a tratar.
		Generar encuesta de percepción sobre la audiencia pública de RC	30/06/2022	Se cumple en términos, se aporta el resultado de la encuesta del evento de Rendición de Cuentas 2021
		Organizar audiencia pública de rendición de cuentas	30/06/2022	Se cumple en términos, se presenta informe de las actividades previas al evento.
		Ejecutar la Rendición de Cuentas Vigencia 2021	30/06/2022	Se cumple en términos, Se aporta el video del evento de Audiencia Publica realizado el 26 de mayo de 2022
		Desarrollar la Nueva Matriz de Transparencia y Acceso a la Información ITA	30/06/2022	Se cumple en términos, se hace la presentación del cumplimiento de la Ley de Transparencia en el comité CIGD del 23 de junio de 2022

Fuente: Aplicativo ASE - octubre 2022

De la información anterior, se resalta que la Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo, mejoro el reporte y registro en las fechas establecidas para el cumplimiento de las actividades inscritas en los diferentes planes de Acción, donde para la vigencia 2020, 2021 y corte 31 de agosto de 2022 todas las actividades fueron reportadas a tiempo.

De la información aportada como evidencia de ejecución y cumplimiento de las actividades, se observó que el soporte no está relacionado con la descripción de la acción realizada, evidenciando el incumplimiento en la ejecución de las mismas al momento de su verificación.

#### 4.6. PRESUPUESTO APROBADO Y NIVEL DE EJECUCIÓN DEL RUBRO DE PUBLICIDAD

La Gerencia de Mercadeo y Comunicaciones registro el siguiente nivel de ejecución presupuestal para las vigencias 2020,2021, así mismo se aporta la ejecución con corte al 30 de septiembre de 2022, ejecución soportada en los contratos y ordenes de servicios que se detallan en el numeral 4.7.

AÑO	PRESUPUESTO*	EJECUCIÓN*	% DE EJECIÓN	OBSERVACIONES
2020	306	282	92.2%	
2021	469	439	93.7%	
2022	721	525	72.9%	Ejecución presentada a 30 de septiembre de 2022

\*Valores en miles de millones

Fuente: Gerencia Financiera y Contable – octubre 2022

Analizada la anterior información se observó que la disminución correspondió principalmente al cambio en la modalidad de contratación de los servicios de publicidad los cuales ahora son cancelados por demanda.

Igualmente, se realizaron ajustes en la estructura del proceso como la contratación del personal directamente por CISA y la estrategia de comunicación se hace de manera interna con el apoyo del diseñador gráfico y el redactor de contenidos, lo que ha contribuido a la optimización y buen manejo de los recursos públicos, permitiéndole a la entidad fortalecer el principio de Economía y Eficiencia del Gasto Público.

#### 4.7. CONTRATACIÓN

Evaluados los contratos y ordenes de servicios suscritos por la Gerencia de Mercadeo y Comunicaciones en las vigencias 2020, 2021 y corte 31 de agosto de 2022, se evidenció que la ejecución de estos soporta documentalmente algunas de las actividades inscritas en los planes de acción responsabilidad de la gerencia, tal como se describe en la columna de observaciones del **anexo 1** (verificación contratos y ordenes de servicio) del presente informe; los demás contratos y ordenes de servicio son de ejecución inmediata y oportuna, dada su modalidad y no presentaron observaciones.

#### 4.8. APLICACIÓN PROCEDIMIENTOS INTEROS Y EXTERNOS

**4.8.1. Política de Comunicación Institucional** - Manual 14, versión 19 de fecha 24 de diciembre de 2020.

Analizado el documento que contiene la Política de Comunicaciones Institucional, se sigue evidenciando en el documento lo siguiente:

- a. En la introducción se hace mención de normas externas desactualizadas
- b. No se identifica la normatividad aplicable al proceso,
- c. En el numeral 2 “Objetivo General y Compromisos”, Se relaciona el Decreto 1151 de 2008 el cual fue derogado por el Decreto 2693 de 2012.
- d. En el numeral 6.1. “Criterios” se hace referencia nuevamente a normas desactualizadas.

Adicional a lo anterior, se evidencia que el documento no hace referencia a la implementación y ejecución de la Quinta Dimensión del Modelo Integrado de Planeación y Gestión – MIPG en la cual define *“la Información y Comunicación como una dimensión articuladora de las demás, puesto que permite a las entidades vincularse con su entorno y facilitar la ejecución de sus operaciones a través de todo el ciclo de gestión”*, ni las políticas aplicables al proceso identificadas en el numeral 5.2.3 del MIPG *“Política de Transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción”*.

#### **4.8.2. Plan Estratégico de Comunicaciones**

Según el numeral 9 del Manual 14, el proceso de Mercadeo y Comunicaciones establece que a partir del Direccionamiento Estratégico aprobado para la Entidad se define un Plan de Comunicaciones haciendo uso del anexo 1 denominado “Formato Plan Estratégico de Comunicaciones”, no obstante, no se indica una periodicidad para su elaboración, aprobación y actualización del documento; para la vigencia 2021 se realizó la presentación del Plan de Comunicaciones en el Comité Institucional de Gestión y Desempeño realizado el 25 de marzo de 2021 (Acta 03), del cual a la fecha no se han realizado seguimientos y/o actualizaciones que permitan medir su efectividad.

#### **4.8.3. Matriz de Comunicaciones**

La Matriz de Comunicaciones se encuentra publicada en el banco de documentos como anexo 2 del Manual 14, versión 12 del 30 de septiembre de 2020, documento que se encuentra desactualizado con relación al Mapa de Procesos vigente de la Entidad, toda vez que únicamente registra la información de 14 de los 17 procesos identificados, así mismo el formato no establece una fecha de generación y/o actualización de la información, así mismo se relaciona información que debe ser publicada en la página WEB de la entidad, y que no está siendo publicada en los



términos allí definidos, así mismo, se evidencia el incumpliendo los criterios establecidos en la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública y demás normatividad vigente aplicable tal como se describe en el **anexo 2** del presente informe.

#### **4.8.4. Cronograma de Información a Publicar**

Evaluado el formato definido como anexo 3 del manual 14 “Cronograma de Información a Publicar”, versión 2 del 17 de noviembre de 2021, la información a registrarse corresponde a la relacionada con la Matriz de comunicaciones y el esquema de publicaciones de la página WEB, documento que está definido como criterio 7.1 “Instrumentos de Gestión de la Información” de la matriz de evaluación aplicable para la vigencia 2021 del ITA, atendiendo lo establecido en la Resolución 1519 de 2020, Anexo técnico 2, Art. 41 y 42 del Decreto 103 de 2015.

Por lo anterior el proceso de Comunicaciones y Mercadeo deberá analizar la pertinencia o no de continuar utilizando el formato Cronograma de Información a Publicar”.

#### **4.8.5. Aplicabilidad de los Flujos de ZEUS definidos en el Proceso**

El proceso de Comunicaciones y Mercadeo tiene identificado cuatro (4) flujos de ZEUS para atender las solicitudes relacionadas con sus funciones, los cuales permiten gestionar de manera ordenada y con soportes documentales los requerimientos realizados por las áreas, en relación con la generación de contenidos, actualización de documentos en la Página WEB, diseño de campañas comerciales, posicionamiento de marca, cultura organizacional, no obstante, como fue descrito en el numeral 4.2 evaluación de riesgos del presente informe, presenta una deficiencia en la definición del punto de control en los flujos “*Solicitudes de Mercadeo y Comunicaciones*” y “*Actualización y/o publicación en página WEB*”, toda vez que permite a cualquier funcionario de la entidad realizar solicitudes directamente sin contar con el Vo.Bo. del jefe y/o líder del proceso que requiere el servicio.

En el **numeral 4.2** del presente informe se detallan los funcionarios que durante las vigencias 2020, 2021 y corte 31 de agosto 2022, han realizado solicitudes directamente y han sido atendidas por el Proceso de Mercadeo y Comunicaciones, así mismo, el obviar este punto de control dentro de la solicitud se ve reflejada en las observaciones realizadas por el equipo auditor a los documentos publicados en la Página WEB en cumplimiento a la Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública tal como se describe en el **(anexo 2)** del presente informe.

Adicionalmente se identificaron los flujos denominados “*Requerimientos Internos de la Gerencia de Mercadeo y Comunicaciones*”, el cual fue generado con el fin de tener control sobre las actividades desarrolladas por los integrantes del proceso, no obstante, este flujo de ZEUS duplica la información solicitada por medio de flujo denominado “*Solicitudes de Mercadeo y Comunicaciones*” al registrarse la gestión que se realiza para atender cada una de las solicitudes radicadas; en relación con el Flujo denominado “*Requerimientos de Publicidad*” que aunque tiene radicados en la vigencia 2020 se indica por parte del responsable del proceso no tener conocimiento de la existencia de este flujo.

Por lo anterior el proceso deberá analizar los ajustes y continuidad de los flujos soporte de la gestión de la Gerencia de Mercadeo y Comunicaciones.

#### 4.9. SEGUIMIENTO A LA MATRIZ DE TRANSPARENCIA

En cumplimiento a la función legal de hacer seguimiento a la “*Matriz de Cumplimiento V.2021 Ley 1712 de 2014, Decreto 103 de 2015, compilado en el Decreto 1081 de 2015 y Resolución MinTIC 3564 de 2015*” establecida por la Directiva 014 y 016 del 30 de agosto y 30 de septiembre de 2022, expedida por la Procuraduría General de la Nación, la cual establece “*el diligenciamiento de la información en el índice de transparencia y acceso a la información - ITA de conformidad con el artículo 23 de la Ley 1712 de 2014*”, de acuerdo con lo informado la responsabilidad de diligenciar la matriz en el Portal ITA de la Procuraduría General de la Nación se encuentra a cargo de la Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo.

Para la vigencia 2020 no se realizó seguimiento ni presentación de la Matriz de transparencia, para la vigencia 2021 se realizó la presentación ante el Comité Institucional de Gestión y Desempeño como se indica a continuación:

Vigencia	Fecha de Presentación	No. Acta CIGD
2021 - I SEM	23 de julio de 2021	7
2021 - II SEM	23 de diciembre de 2021	13
2022 – I SEM	23 y 24 de junio de 2022	5

Fuente: Gerencia de Planeación – Octubre 2022

Adicionalmente, para el segundo semestre de 2022 se realizó el reporte en el aplicativo ITA en cumplimiento de la Directiva 014 de 2022 la cual obtuvo una validación de 100/100 puntos de acuerdo con lo indicado en el reporte adjunto del aplicativo como se evidencia en la siguiente imagen:



### Reporte de Cumplimiento ITA para el Periodo 2022

Número de documento: NI 8600429455

Sujeto obligado: CENTRAL DE INVERSIONES S.A.

Nivel de cumplimiento: 100 sobre 100 puntos

Fecha de generación: 11/10/2022 03:53 PM

Administrador del sujeto obligado: JENNY ISABEL GONZALEZ CANTILLO (jigonzalez@cisa.gov.co)

Tipo de formulario: Mintic Res.1519

Fuente: Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo

Verificada la Matriz de Transparencia (**Anexo 2**) y en concordancia con el esquema de publicación (**Anexo 3**) se realizaron observaciones sobre la información y documentación registrada en cada uno de los formatos mencionados tal como se evidencia los anexos del presente informe.

A continuación, se describen las observaciones de mayor relevancia del análisis realizado a los documentos de la Matriz ITA y el esquema de publicación:

- a. Se ubica una pestaña de “Transparencia” de manera específica para atender la normativa aplicable no se tiene direccionado de manera específica los links de cada uno de los apartes de cumplimiento.
- b. Link sin información cargada (hoja en blanco o link rotos)
- c. Información que no identifica fecha generación y/o actualización, ni documento de soporte (norma o acto administrativo que lo determino), Ejemplo: Organigrama y Costos de Reproducción de información.
- d. Los archivos que soportan la información no incluyen la fecha de generación y/o actualización que permita determinar su vigencia (Directorio – Informes judiciales – Reportes de activos de Información – Información Clasificada y Reservada, entre otras)
- e. Información desactualizada e incorrecta (Documentos desactualizados PINAR V5 actual V6, Programa de Gestión Documental V 19 actual V21, Cuadro de Clasificación documental V7 actual V9, Activos de información sin fechas de generación y/o actualización, (Política Integral no corresponde a la indicada en el manual de SIG MN13)- Política de Riesgos (V24 y la actual es 26) Política de Derechos Humanos, Política de Datos personales V2 actual V5, Lineamientos son

- fecha, Caracterización de procesos - Mapa de procesos, Calendario de Eventos, entre otros)
- f. Información que no se encuentra vinculada por que el link no está activo (Accesos directos a correos desde el HOME)
  - g. Información en niveles de navegación de hasta 3 y 5 niveles generando la perdida de trazabilidad de la información
  - h. Información con imagen corporativa desactualizada

Por lo anterior y como fue mencionado en el numeral 4.2 “Evaluación de Riesgos” del presente informe el proceso debe reportar la materialización del riesgo denominado “RO-CR-02 *Difusión de información incompleta, confusa o inoportuna de CISA a las partes interesadas*”, al evidenciar que se publica información en la Página WEB de la entidad, con errores, desactualizaciones y falta de identificación en la fecha de elaboración y actualización de los documentos, evidenciando falta de claridad, oportunidad, precisión, objetividad y completitud en la publicación de la información.

## 5. HALLAZGOS

- 5.1. Evaluados los riesgos identificados por el proceso de Mercadeo y Comunicaciones, se evidencia que este no reporto la posible materialización del riesgo denominado “RO-CR-02 “Difusión de información incompleta, confusa o inoportuna de CISA a las partes interesadas”, de acuerdo con las observaciones registradas en los **anexos 2 y 3** del presente informe, evidenciando que se publica información en la Página WEB de la entidad, con errores, desactualizaciones y falta de identificación en la fecha de elaboración y actualización de los documentos, incumpliendo lo establecido en el numeral 11.5.1.1 de la Circular Normativa 107 “Política de Administración del Riesgo” – versión 27 del 27 de julio de 2022, tal como se describe en los numerales 4.2, 4.8.5 y 4.9 del presente informe.

## 6. OBSERVACIONES

- 6.1. Se observaron inconsistencias en la definición del documento que contiene la Política de Comunicación Institucional – Manual 14 del SIG, toda vez que se hacen referencias normativas a documentos desactualizados y de rogadas, tal como se indica en el numeral 4.8.1. del presente informe.
- 6.2. Evaluado el indicador del proceso se observó que éste presenta debilidad en su definición y formulación, lo que no permite una medición técnica y objetiva en la toma de decisiones administrativas que permitan corregir posibles desviaciones

en el cumplimiento de los objetivos institucionales, tal como se describe en el numeral 4.3 del presente informe.

- 6.3.** Revisadas las acciones inscritas en los Planes de Acción de las vigencias 2020, 2021 y corte agosto 31 de 2022, se observaron documentos sin la identificación de fechas de elaboración y actualización que permitan determinar su vigencia, así mismo sin la debida aprobación por la instancia correspondiente, tal como se describe en el numeral 4.5 del presente informe.
- 6.4.** De la información aportada como evidencia de ejecución y cumplimiento de las actividades desarrolladas en los Planes de Acción de las vigencias 2020, 2021 y corte 31 de agosto de 2022, se observó que el soporte no está relacionado con la descripción de la acción realizada, evidenciando el incumplimiento en la ejecución de las mismas al momento de su verificación, tal como se describe en el numeral 4.5 del presente informe.
- 6.5.** Revisados los flujos de Zeus implementados por el proceso para atender los requerimientos de los usuarios, se observó que cualquier funcionario de la entidad puede radicar solicitudes sin el Vo.Bo del jefe y/o líder del proceso que solicita el requerimiento, lo que puede generar la posible materialización de los riesgos “RO-CR-01 Diseño y/o implementación errada de campañas publicitarias” y “RO-CR-02 Difusión de información incompleta, confusa o inoportuna de CISA a las partes interesadas” tal como se describe en los numerales 4.2 y 4.8.5 del presente informe.
- 6.6.** Analizada la información soporte de la Matriz de Transparencia (Anexo 2) y Esquema de Publicación de la Entidad (Anexo 3), se observaron debilidades en la gestión, actualización y cargue de la información tal como se describe en el numeral 4.9 del presente informe.

## **7. RECOMENDACIONES**

- 7.1.** Se recomienda al líder de proceso de Mercadeo y Comunicaciones, que cuando se presente la posible materialización de un riesgo, se dé cumplimiento al numeral 11.5.1.1 de la Circular Normativa 107 “Política de Administración del Riesgo” – versión 27.
- 7.2.** Se recomienda reevaluar el indicador del proceso de Mercadeo y Comunicaciones, aplicando los criterios establecidos en la guía para la construcción de análisis de indicadores de gestión del Departamento

Administrativo de la Función Pública - DAFP con el fin de contar con mediciones efectivas y que generen valor en la toma de decisiones.

- 7.3. Se recomienda al líder del proceso evaluado, realizar un análisis de la aplicabilidad y pertinencia de los cuatro (4) flujos identificados en el aplicativo ZEUS, que le permitan al proceso medir técnicamente y objetivamente su gestión.

## **8. CONCLUSIÓN DE AUDITORÍA**

De la evaluación realizada al Proceso de Mercadeo y Comunicaciones, se concluye que este cumple con las políticas administrativas establecidas por la entidad, no obstante, presenta algunas desviaciones operativas que requieren suscribir acciones de mejora para fortalecer el proceso, tal como se describe en los numerales 5 y 6 del presente informe.

Se debe fortalecer el tema de documentación, indicadores, riesgos y controles al interior del proceso, con el fin de establecer mecanismos de seguimiento eficientes que permitan medir el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Se resalta por parte del equipo auditor, la disponibilidad y cumplimiento oportuno en la entrega de la información requerida y el compromiso permanente por parte del Líder de Proceso y sus funcionarios para atender todo lo relacionado con la etapa de ejecución de la Auditoría.

## **9. MESA DE TRABAJO**

Se realizó mesa de trabajo el 16 de noviembre de 2022 con la participación de la Gerente de Comunicaciones y Mercadeo y Jenny Gonzalez como Técnico Comunicaciones Corporativas y el equipo Auditor conformado por el doctor Elkin Orlando Angel Muñoz, doctora Mauren Andrea González y doctora Zulma Janneth Cristancho, mesa de trabajo donde no se registraron observaciones al informe preliminar no obstante se suscribe la respectiva acta de mesa de trabajo que hace parte de los papeles de trabajo de la auditoría interna y estará disponible para su consulta en caso de ser requerida.

## 10. ANEXOS

El presente informe tiene adjunto los siguientes anexos:

**Anexo 1:** Evaluación de Contratos y Ordenes de Servicio

**Anexo 2:** Evaluación Matriz ITA

**Anexo 3:** Evaluación Esquema de Publicación – Pagina WEB

Aprobado por:	Elaborado por:	Fecha de aprobación
ORIGINAL FIRMADO <b>Elkin Orlando Angel Muñoz</b> Auditor Interno	ORIGINAL FIRMADO <b>Mauren Andrea González Salcedo</b> Auditor Líder. Zulma Janneth Cristancho Jaimes Auditor de Apoyo	16-11-2022