



**CONSEJO ASESOR DEL GOBIERNO NACIONAL EN MATERIA DE CONTROL INTERNO
DE LAS ENTIDADES DEL ORDEN NACIONAL Y TERRITORIAL**

**FORMATO
EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA
OFICINA DE CONTROL INTERNO**

1. ENTIDAD: Instituto Distrital de Turismo - IDT		2. DEPENDENCIA A EVALUAR: Subdirección de Promoción y Mercadeo	
3. OBJETIVOS INSTITUCIONALES RELACIONADOS CON LA DEPENDENCIA: 2- Posicionar a Bogotá como destino turístico a través de la divulgación de su oferta y productos turísticos con el fin de atraer visitantes a nivel nacional e internacional y mejorar la imagen de la ciudad, generando desarrollo, confianza y felicidad para todos			
4. COMPROMISOS ASOCIADOS AL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO INSTITUCIONAL		5. MEDICIÓN DE COMPROMISOS	
	5.1. INDICADOR	5.2. RESULTADO (%)	5.3. ANÁLISIS DEL RESULTADO
PRIMER SEMESTRE DE 2016			
003.-Realizar Recorridos turísticos peatonales	Realizar recorridos turísticos peatonales atendidos por la Red de Información Turística.	93,8	Se verificaron y evidenciaron los recorridos turísticos realizados. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\01 ENERO\RECORRIDOS \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\02 FEBRERO\RECORRIDOS.
004.-Atender consultas en información turística	Realizar seguimiento a la operación de los PIT en todas sus modalidades	100,0	Se verificaron y evidenciaron los recorridos de la operación de los PITS. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\01 ENERO\CONSULTAS \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\02 FEBRERO\CONSULTAS \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\03 MARZO\CONSULTAS\Formulario ingreso consultas.
004.-Atender consultas en información turística	Operar los Puntos de Información Turística Fijos, móviles e itinerantes	93,9	Se verificó el reporte de números de PIT en operación. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\04 ABRIL\CONSULTAS \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\05 MAYO\CONSULTAS\Formulario ingreso consultas \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\06 JUNIO\CONSULTAS.
004.-Atender consultas en información turística	Realizar seguimiento a la operación de los PIT Virtuales	83,3	Se verificó el número de PIT virtuales en operación. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\01 ENERO\CONSULTAS \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\02 FEBRERO\CONSULTAS.
004.-Atender consultas en información turística	Atender permanente consultas en los Puntos de Información Fija e Itinerante de Información Turística	84,5	Se constató listados de consultas efectuados en los puntos de información. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\03 MARZO\CONSULTAS\Formulario ingreso consultas \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\04 ABRIL\CONSULTAS \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\05 MAYO\CONSULTAS\Formulario ingreso consultas \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\06 JUNIO\CONSULTAS
004.-Atender consultas en información turística	Atender permanente consultas en los Puntos de Información Fija, Itinerantes y línea telefónica turística	54,9	Se verificó el registro de consultas. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\03 MARZO\CONSULTAS\Formulario ingreso consultas \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\04 ABRIL\CONSULTAS \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\05 MAYO\CONSULTAS\Formulario ingreso consultas \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\06 JUNIO\CONSULTAS.

202



**CONSEJO ASESOR DEL GOBIERNO NACIONAL EN MATERIA DE CONTROL INTERNO
DE LAS ENTIDADES DEL ORDEN NACIONAL Y TERRITORIAL**

**FORMATO
EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA
OFICINA DE CONTROL INTERNO**

4. COMPROMISOS ASOCIADOS AL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO INSTITUCIONAL	5. MEDICIÓN DE COMPROMISOS		
	5.1. INDICADOR	5.2. RESULTADO (%)	5.3. ANÁLISIS DEL RESULTADO
004.-Atender consultas en información turística	Grado de Satisfacción de usuarios en los Recorridos Turísticos	100,0	Se verificaron las encuestas de grado de satisfacción en los recorridos turísticos. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida\Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\01 ENERO\CALIFICACIÓN DEL SERVICIO \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\02 FEBRERO\CALIFICACIÓN DEL SERVICIO.
004.-Atender consultas en información turística	Grado de Satisfacción de usuarios en los Puntos de Información Turística	100,0	Se verificó el registro de encuestas electrónicas del grado de satisfacción de los usuarios en los PIT. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida\Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\CONSOLIDADO ENCUESTAS SATISFACCIÓN.
004.-Atender consultas en información turística	Grado de Satisfacción de usuarios en los Puntos de Información Turística	100,0	Se verificó el registro de encuestas electrónicas del grado de satisfacción de los usuarios en los PIT. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida\Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\CONSOLIDADO ENCUESTAS SATISFACCIÓN.
022.-Desarrollar 2 Estrategias De Promoción Y Mercadeo En El Marco De Las Campañas	Desarrollar Estrategias de Promoción y Mercadeo en el Marco de las Campañas	100,0	Se verificaron las publicaciones. https://issuu.com/ricardoandresalvarez3/docs/etbo20160225
005.-Diseñar y ejecutar campañas de promoción turística	Distribuir Piezas físicas de Material Promocional	49,0	Soportes que dan cuenta de las piezas físicas de material promocional distribuido \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\01 ENERO\Piezas promocionales. \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\02 FEBRERO\MATERIAL PROMOCIONAL \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\03 MARZO\MATERIAL PROMOCIONAL \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\04 ABRIL\MATERIAL PROMOCIONAL \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\05 MAYO\MATERIAL PROMOCIONAL \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\06 JUNIO\MATERIAL PROMOCIONAL.
014.-Realizar actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional	Realizar viajes de familiarización con agentes de viajes, periodistas y/o líderes de opinión, con el objetivo de promocionar a la ciudad.	100,0	Se verifican los registros fotográficos de los viajes realizados. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida\Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\03 MARZO\FAM Y PRESS TRIP\REGISTRO FOTOGRAFICO E INFORME \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\05 MAYO\FAM Y PRESS\Press Blogueros.
014.-Realizar actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional	Participar en eventos directos de turismo, Ferias internacionales y nacionales que busquen promocionar a la ciudad	100,0	Se verificó la inscripción y participación en ferias internacionales. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\01 ENERO\ACTIVIDADES\EVENTOS DIRECTOS\FITUR.
014.-Realizar actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional	Participar en eventos directos de turismo, Ferias internacionales y nacionales que busquen promocionar a la ciudad	100,0	Se participó en Anato Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida\Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\02 FEBRERO\ACTIVIDADES_EVENTOS WORKSHOPS Y CAP. DESTINO\EVENTOS DIRECTOS\ANATO 2016\FOTOGRAFIAS Se modificó el resultado inicialmente reportado, por cuanto si bien no se realizaron los eventos programados en posicionar a la ciudad turísticamente hubo más de los programados, por lo tanto se compensa con las actividades de apoyar y/o gestionar eventos para posicional a la ciudad turísticamente.

Handwritten mark



**CONSEJO ASESOR DEL GOBIERNO NACIONAL EN MATERIA DE CONTROL INTERNO
DE LAS ENTIDADES DEL ORDEN NACIONAL Y TERRITORIAL**

**FORMATO
EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA
OFICINA DE CONTROL INTERNO**

4. COMPROMISOS ASOCIADOS AL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO INSTITUCIONAL	5. MEDICIÓN DE COMPROMISOS		
	5.1. INDICADOR	5.2. RESULTADO (%)	5.3. ANÁLISIS DEL RESULTADO
014.-Realizar actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional	Participación y/o realización de workshops, capacitaciones de destino para promocionar y mercadear a la ciudad como destino turístico, fuera de Bogotá	100,0	Se verificaron los listados de asistencia, registros fotográficos e informes. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\02 FEBRERO\ACTIVIDADES_EVENTOS WORKSHOPS Y CAP. DESTINO\CAPACITACIONES Y WORK SHOPS\COL TRAVEL MART 2016.
014.-Realizar actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional	Participación y/o realización de workshops, capacitaciones de destino para promocionar y mercadear a la ciudad como destino turístico, fuera de Bogotá	100,0	Se verificaron los listados de asistencia, registros fotográficos e informes Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\03 MARZO\CAPACITACION Y WORKSHOP \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\05 MAYO\WORKSHOPS_CAPACITACIONES
014.-Realizar actividades para promocionar la Bogotá Humana a nivel local, nacional e internacional	Apoyar y/o gestionar eventos para posicionar a la ciudad turísticamente.	100,0	Se constató la existencia de reportes de los servicios turístico apoyados y/o prestados. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\02 FEBRERO\ACTIVIDADES_EVENTOS WORKSHOPS Y CAP. DESTINO\APOYO A EVENTOS\REINA AMERICAS 26 FEB 2016 \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\03 MARZO\APOYO EVENTOS\FITB \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\04 ABRIL\APOYO EVENTOS\FILBO \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\05 MAYO\APOYO A EVENTOS\Bogotá Fashion Week, Se modificó el resultado por cuanto este superaba el 100% en la evaluación efectuada por el área.
006.-Captar eventos con categoría ICCA	Captar para la ciudad eventos categoría ICCA que fortalezcan la promoción de ciudad turísticamente	100,0	Se verificaron las cartas de otorgamiento por parte de Buró. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\02 FEBRERO\CAPTACIÓN.
SEGUNDO SEMESTRE DE 2016			
Atender 84.000 personas a través de la red de información turística	Atender usuarios residentes nacionales y extranjeros a través de la Red de Información Turística.	85,0	Registro de consultas, inscripción de recorridos turísticos. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\07 JULIO\CONSULTAS \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\07 AGOSTO\CONSULTAS \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\07 SEPTIEMBRE\CONSULTAS \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\07 OCTUBRE\CONSULTAS \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\07 NOVIEMBRE\CONSULTAS \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\07 DICIEMBRE\CONSULTAS.
	Realizar seguimiento a la operación de los PIT fijos e itinerantes.	100,0	Se verificó en forma aleatoria reporte de números de PIT en operación. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES Plan estratégico 2016 \\dtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\06 JUNIO\CONSULTAS.



**CONSEJO ASesor DEL GOBIERNO NACIONAL EN MATERIA DE CONTROL INTERNO
DE LAS ENTIDADES DEL ORDEN NACIONAL Y TERRITORIAL**

**FORMATO
EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA
OFICINA DE CONTROL INTERNO**

4. COMPROMISOS ASOCIADOS AL CUMPLIMIENTO DEL OBJETIVO INSTITUCIONAL	5. MEDICIÓN DE COMPROMISOS		
	5.1. INDICADOR	5.2. RESULTADO (%)	5.3. ANÁLISIS DEL RESULTADO
Atender 84.000 personas a través de la red de información turística	Realizar seguimiento a la operación de los PIT Virtuales.	90,0	Se verificó en forma aleatoria reporte de números de PIT virtuales en operación Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES Plan estratégico 2016 \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\ \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\06 JUNIO\CONSULTAS
	Medir el nivel de satisfacción de los usuarios frente los servicios que ofrece la Red de Información Turística.	100,0	Se verificó el nivel de satisfacción de los usuarios a través de los formatos. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\07 JULIO\CALIFICACIÓN \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\08 AGOSTO\CALIFICACIÓN \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\09 SEPTIEMBRE\CALIFICACIÓN \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\10 OCTUBRE\CALIFICACIÓN \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\11 NOVIEMBRE\CALIFICACIÓN \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\12 DICIEMBRE\CALIFICACIÓN.
	Participar en acciones de promoción y mercadeo que permitan posicionar a Bogotá como destino turístico a nivel nacional e internacional	100,0	Se verificaron soportes que dan cuenta de las acciones adelantadas. Evidencia: \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\07 JULIO\ACCIONES DE PROMOCIÓN\Media Maratón \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\08 AGOSTO\ACCIONES DE PROMOCIÓN \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\10 OCTUBRE\ACCIONES DE PROMOCIÓN \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\11 NOVIEMBRE\ACCIONES DE PROMOCIÓN \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\12 DICIEMBRE\ACCIONES DE PROMOCIÓN
	Realizar presentación de destino a mayoristas y actores de interés para la consolidación de la estrategia de mercadeo de ciudad.	67,0	Se verificaron soportes de la presentación de destino a mayoristas y actores. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\08 AGOSTO\PRESENTACIONES DE DESTINO \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\10 OCTUBRE\PRESENTACIONES DE DESTINO \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\11 NOVIEMBRE\PRESENTACIONES DE DESTINO.
	Realizar acciones de posicionamiento de ciudad que permitan visibilizar el destino en la cadena de valor de la industria	100,0	Se verificaron soportes de las acciones realizadas de posicionamiento de ciudad. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\07 JULIO\ACCIONES DE POSICIONAMIENTO \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\08 AGOSTO\ACCIONES DE POSICIONAMIENTO \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\10 OCTUBRE\ACCIONES DE POSICIONAMIENTO \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\11 NOVIEMBRE\ACCIONES POSICIONAMIENTO.
	Presentar proyectos ante el FONTUR y/o entidades de cofinanciación para la promoción de ciudad	100,0	Se verificó ficha de proyecto. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\idtserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\08 AGOSTO\ACCIONES DE PROMOCIÓN\PROYECTOS.



**CONSEJO ASESOR DEL GOBIERNO NACIONAL EN MATERIA DE CONTROL INTERNO
DE LAS ENTIDADES DEL ORDEN NACIONAL Y TERRITORIAL**

**FORMATO
EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA
OFICINA DE CONTROL INTERNO**

Atender 84.000 personas a través de la red de información turística	Producir material de promoción turística de Bogotá, con marca ciudad.	100,0	Contrato y evidencia fotográfica del material de promoción turística. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\\tdserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\12 DICIEMBRE\ACCIONES DE PROMOCIÓN\PIEZAS CON MARCA.
	Distribuir material de promoción de ciudad	90,0	Se repartió el material conforme las solicitudes a través de correos y los que se entregaron en los Pit; se verificaron las planillas y correos. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\\tdserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\07 JULIO\MATERIAL \\tdserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\08 AGOSTO\MATERIAL \\tdserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\09 SEPTIEMBRE\MATERIAL \\tdserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\10 OCTUBRE\MATERIAL \\tdserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\11 NOVIEMBRE\MATERIAL \\tdserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\12 DICIEMBRE\MATERIAL.
	Implementar acciones de promoción de ciudad a través de medios virtuales	100,0	Se verificaron pantallazos de twitter, instagram y facebook. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\\tdserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\09 SEPTIEMBRE\ACCIONES MEDIOS VIRTUALES \\tdserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\10 OCTUBRE\ACCIONES MEDIOS VIRTUALES \\tdserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\11 NOVIEMBRE\ACCIONES MEDIOS VIRTUALES \\tdserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\12 DICIEMBRE\ACCIONES MEDIOS VIRTUALES.
	Promocionar un producto turístico de Bogotá Región.	100,0	Se verificaron informes de promoción del producto turístico Bogotá _ Región. Evidencia: Carpeta compartida de Promoción y Mercadeo Turístico: \\\tdserver\Compartida Promoción\2016\SOPORTES POA 2016\10 OCTUBRE\ACCIONES DE PROMOCIÓN\LANZAMIENTO SOUNDWALKRS.

6. EVALUACIÓN DE LA OFICINA DE CONTROL INTERNO A LOS COMPROMISOS DE LA DEPENDENCIA:

Para la vigencia 2016 durante el primer semestre, la Subdirección de Promoción y Mercadeo suscribió dieciocho (18) compromisos en su plan operativo anual - POA, el nivel de cumplimiento se discrimina de la siguiente forma:

Cantidad de compromisos	EJECUCIÓN %
12	100,0
1	93,9
1	93,8
1	84,5
1	83,3
1	54,9
1	49,0
TOTAL % EJECUCIÓN PRIMER SEMESTRE:	92,2

Para la vigencia 2016 durante el segundo semestre, la Subdirección de Promoción y Mercadeo suscribió doce (12) compromisos en su plan de gestión, el nivel de cumplimiento se discrimina de la siguiente forma:

Cantidad de compromisos	EJECUCIÓN %
8	100,0
2	90,0
1	85,0
1	67,0
TOTAL % EJECUCIÓN SEGUNDO SEMESTRE:	94,3
TOTAL % EJECUCIÓN VIGENCIA 2016:	93,3



CONSEJO ASESOR DEL GOBIERNO NACIONAL EN MATERIA DE CONTROL INTERNO
DE LAS ENTIDADES DEL ORDEN NACIONAL Y TERRITORIAL

FORMATO
EVALUACIÓN DE GESTIÓN POR DEPENDENCIA
OFICINA DE CONTROL INTERNO

El nivel de cumplimiento a los productos planteados en el plan de acción para la vigencia 2016 es de un 93,3% , con un criterio de cumplimiento: Avanzó Sustancialmente.

En cuanto a la evaluación que realiza la Asesoría de Control Interno a la gestión de la Subdirección de Promoción y Mercadeo , se observa lo siguiente:

- En términos generales se identifica que en el Plan Operativo Anual - POA (primer semestre) y Plan de Gestión (segundo semestre), hay una formulación adecuada de los compromisos.
- En los formatos Marco Estratégico y Marco Táctico, en las casillas "ACCIONES DESARROLLADAS PARA AVANZAR EN LOGRO DE LA META", no se señala en qué momento (mes), se desarrollaron las acciones.
- En el seguimiento realizado y teniendo en cuenta lo evidenciado, se modificó el grado de cumplimiento para dos (2) actividades, que equivale al 6,67% del total programado.

7. RECOMENDACIONES DE MEJORAMIENTO DE LA OFICINA DE CONTROL INTERNO:

- Se recomienda que para la formulación del Plan de Gestión, este sea valorado como un instrumento gerencial de programación y control de la ejecución anual de las actividades que deben llevar a cabo la dependencia para dar cumplimiento a las estrategias y proyectos establecidos por la entidad y cuyo objeto sea el cumplimiento de las metas establecidas en el Plan Estratégico, a través de la definición de compromisos razonables, cumplibles, comprobables y medibles.
- Se recomienda la formulación adecuada de compromisos e indicadores de eficacia, eficiencia y efectividad, con el fin que éstos se establezcan de forma congruente, estén acordes a las funciones de la dependencia, estén orientados a medir las actividades relacionadas con el compromiso, reflejen con precisión el avance de cumplimiento, generen valor agregado para la entidad y respondan a la capacidad real de los procesos; para lo cual se solicite la asesoría y acompañamiento de la Oficina Asesora de Planeación, con el fin de evitar que los mismos sean un resumen de las actividades del día a día de las dependencias y apunten al cumplimiento de un objetivo estratégico.
- Se recomienda que los seguimientos al plan de gestión se hagan de manera permanente, que además de reportar los avances en lo programado, permita al líder de proceso determinar el grado de avance y analizar los casos en que se presenta sobre ejecución o por el contrario déficit con respecto a lo programado y de esta forma solicitar de manera oportuna los ajustes que se requieran.
- Se recomienda que cuando se realicen los seguimientos al plan de gestión en las casillas "ACCIONES DESARROLLADAS PARA AVANZAR EN LOGRO DE LA META", se señale el mes cuando se desarrollo la acción y se haga referencia a qué actividad del marco operativo corresponde.

8. Fecha: 24/02/2017

9. Firma: