





PROCESO:				EVALUACIÓN INDEPENDIENTE				
 <p>AGENCIA LOGÍSTICA FUERZAS MILITARES — La unión de nuestras Fuerzas —</p>	SUBPROCESO:			No Aplica				
	TÍTULO:						INFORME DE AUDITORIA INTEGRAL	
	CÓDIGO:		F34-PEI		VERSIÓN No.:		06	
				FECHA:		10/10/2011		
						 <p>Grupo Social y Empresarial de la Defensa <small>Por nuestras Fuerzas Armadas, para Colombia mejor.</small></p>		

TABLA DE CONTENIDO

1.	RESUMEN EJECUTIVO.....	2
1.1.	PROCESOS AUDITADOS.....	2
1.2.	OBJETIVO DE LA AUDITORIA.....	2
1.3.	ALCANCE DE LA AUDITORIA.....	2
1.4.	DOCUMENTOS DE REFERENCIA (CRITERIOS DE AUDITORIA).....	2
1.5.	ACTIVIDADES DESARROLLADAS.....	2
2.	INFORME DETALLADO.....	3
2.1.	PROCESO Y/O SUBPROCESO.....	3
2.1.1.	FORTALEZAS.....	3
2.1.2.	ASPECTOS POR MEJORAR.....	3
2.1.3.	NO CONFORMIDADES.....	4
3.	TABLA RESUMEN.....	4
3.1.	ASPECTOS POR MEJORAR.....	4
3.2.	NO CONFORMIDADES.....	5
4.	CONCLUSIONES.....	5
5.	PLAN DE MEJORAMIENTO.....	¡Error! Marcador no definido.

PROCESO:				EVALUACIÓN INDEPENDIENTE				
	SUBPROCESO:			No Aplica				
	TÍTULO:							INFORME DE AUDITORIA INTEGRAL
	CÓDIGO:		F34-PEI		VERSIÓN No.:	06		FECHA:

1. RESUMEN EJECUTIVO

1.1. PROCESOS AUDITADOS

PROCESO (S) AUDITADO(S): MERCADEO Y PUBLICIDAD.				INFORME No.: 50			
LUGAR: DIRECCION COMERCIAL OFICINA PRINCIPAL			FECHA: 27/07/2015			AUDITORIA No.: 50	
AUDITADO(S)	NOMBRE		CARGO				
	ST. Brayan Steven Montaña Díaz		Coordinador del Grupo de Mercadeo.				
AUDITOR(ES)	NOMBRE		CARGO				
	Mayerly Melo Caviativa		Técnico para Apoyo Seguridad y Defensa (Acompañante)				
	Alfredo Armando Jiménez Acuña		Profesional de Defensa.				

1.2. OBJETIVO DE LA AUDITORIA

Verificar el mantenimiento del Sistema de Integrado de Gestión de la Agencia Logística de las Fuerzas Militares de manera eficaz, eficiente y efectiva y conformidad del mismo con las disposiciones planificadas y los requisitos establecidos tanto por la Entidad, como por la norma Técnica de Calidad en la Gestión Pública NTCGP 1000:2009 y MECI 2014

1.3. ALCANCE DE LA AUDITORIA

Se auditó el proceso de Mercadeo y Publicidad; según lo proyectado en el Plan de Auditoria para la vigencia 2015.



1.4. DOCUMENTOS DE REFERENCIA (CRITERIOS DE AUDITORIA)

Norma Técnica de la Calidad NTCGP 1000:2009, NTC ISO 9001:2008, MECI: 2014, Manual Integrado de Gestión V-12, Manual de Procesos y Procedimientos, Políticas de Operación y Requisitos Legales Aplicables. Manual de Mercadeo y Publicidad vigencia 2015.

1.5 ACTIVIDADES DESARROLLADAS

Con el fin de desarrollar las actividades en el marco del ejercicio de la auditoría, programada para el Proceso de Mercadeo y Publicidad, se realizaron las siguientes actividades:

- Realización Plan de Auditoría
- Reunión de apertura
- Verificación Proceso a través de entrevistas y observaciones.
- Realización reunión de cierre

PROCESO:				EVALUACIÓN INDEPENDIENTE			
	SUBPROCESO:			No Aplica			
	TÍTULO:						
	INFORME DE AUDITORIA INTEGRAL						
CÓDIGO:		F34-PEI		VERSIÓN No.:		06	
				FECHA:		10/10/2011	

Se preparó la documentación necesaria; formatos: Acta de Reunión de Coordinación, F-18 Verificación de procesos contractuales versión 4, F-32 Acta de Reunión de Auditoría Integral, F-30. Plan de Auditoría, F-31 Lista de verificación de auditoría integral, F-33 Evaluación de auditores integrales, F-34 Informe de Auditoría Integral, necesarios para la realización de la auditoría; las técnicas de auditoría aplicadas fueron básicamente: Entrevistas, aplicación de las listas de verificación, observación directa, soportes documentales, muestreos estadísticos y no estadístico.

2. INFORME DETALLADO

2.1. PROCESO Y/O SUBPROCESO

MERCADEO Y PUBLICIDAD

2.1.1. FORTALEZAS



2.1.2. ASPECTOS POR MEJORAR

El Grupo de Mercadeo y Publicidad, está compuesto por tres personas: Un Coordinador de Grupo, Un Profesional de Defensa y un Auxiliar para Apoyo seguridad y Defensa. Cada persona cuenta con su Acta de Posesión y entrega de las funciones de los cargos. La principal debilidad del Proceso está representada en la falta de personal para la realización de las investigaciones de Mercados, como apoyo a cada unidad de negocio; para esto se observó la AM-001-PMP-14, levantada en la Auditoría Integral del año 2014, donde se realizaron actividades para gestionar el personal necesario, en aras de contar con personal para la investigación de mercados, sin que se hubiera logrado obtener el personal necesario para desarrollo de la actividad. Evidenciándose la gestión de solicitud de personal ante la Dirección Administrativa, sin obtener resultados.

Verificados los riesgos del proceso, se observó que el riesgo está enunciado como: “Obtener concepto negativo por parte del cliente sobre los bienes y servicios que ofrece la entidad”; lo que limita del Riesgo en su manejo por depender de los resultados de otros subprocesos y de resultados que no dependen directamente del Proceso. Por lo tanto se deja la siguiente AM. El replanteamiento del Riesgo con el fin que apunte al objetivo del proceso, permitirá darle manejo al riesgo de acuerdo con su calificación; lo anterior debido a que se evidenció que el riesgo con que se cuenta actualmente depende de las gestiones de las unidades de negocio y no de la gestión del mismo proceso.

A la pregunta por la identificación de los procedimientos, falta profundización por el conocimiento de los mismos, dejándolo como recomendación para un reforzamiento de autoconocimiento en cuanto la plataforma documental, en especial los procedimientos del proceso.

Para el Plan de Mercadeo se evidenció el proyecto del nuevo Plan de Mercadeo, Plan de Posicionamiento y Plan de Medios. Documentos que están siendo reestructurados por el grupo de Modernización de la Entidad, en concordancia con los objetivos de la misma.

PROCESO:				EVALUACIÓN INDEPENDIENTE				
	SUBPROCESO:			No Aplica				
	TÍTULO:							INFORME DE AUDITORIA INTEGRAL
	CÓDIGO:		F34-PEI		VERSIÓN No.:	06		FECHA:

De los indicadores de Gestión: Se estableció que se debe aclarar el enunciado de las variables de indicador. Cuya relación está dada entre el número de eventos realizados y el número de solicitudes de eventos; pero no se especifica que se trata de la “participación en los eventos”.

Se recomienda realizar encuestas de satisfacción del cliente: El Proceso de Mercadeo y Publicidad no cuenta con encuestas que permitan determinar por unidad de negocio, su satisfacción de las actividades y el apoyo brindado por el proceso.

Identificación de carpetas, se encuentran carpetas sin identificar a que caja pertenecen. La anterior observación fue subsanada durante el ejercicio de la auditoria al proceso, por lo tanto no constituye Acción de Mejora.

La marcación de las cajas se encuentra con identificaciones diferentes a las correspondientes con las carpetas que se encuentran dentro de la caja. La anterior observación fue subsanada durante el ejercicio de la auditoria al proceso, por lo tanto no constituye Acción de Mejora.

Al preguntarles a los funcionarios sobre el procedimiento, indicadores de gestión y gestión de riesgos se observa que tiene conocimiento e identifica la ubicación de los mismos.



2.1.3. NO CONFORMIDADES

No se evidenció incumplimiento de las normas que puedan constituir NO CONFORMIDADES.

3. TABLA RESUMEN

3.1. ASPECTOS POR MEJORAR

No.	DESCRIPCIÓN	Proceso y/o Subproceso
1.	El contar con riesgos claramente identificados y debidamente medibles, permitirá dárselos el debido tratamiento; lo anterior debido a que se observó que el riesgo está enunciado como: “Obtener concepto negativo por parte del cliente sobre los bienes y servicios que ofrece la entidad”; lo que limita el tratamiento para la mejora, pues son variables que no dependen de la gestión del proceso.	Proceso Mercadeo y Publicidad
2.	Contar con indicadores que midan claramente las posibles desviaciones a los resultados esperados, permitirá mantener control sobre las variables que se requiere medir; lo anterior debido a que se observó en el enunciado de las variables del indicador de Seguimiento Eventos Comerciales, en donde la relación está dada entre el número de solicitudes de eventos sobre el numero de eventos realizados; pero no se especifica que se trata de la “participación en los eventos y no la realización.	Proceso Mercadeo y Publicidad

PROCESO:				EVALUACIÓN INDEPENDIENTE					
		SUBPROCESO:							
		No Aplica							
		TÍTULO:							
INFORME DE AUDITORIA INTEGRAL				CÓDIGO:		VERSIÓN No.:		FECHA:	
F34-PEI				06		10/10/2011			

No.	DESCRIPCIÓN	Proceso y/o Subproceso
3.	La realización de encuestas para determinar el nivel de satisfacción del cliente (interno); permitirá contar con aspectos como: El nivel de satisfacción, entender y apoyar sus necesidades, obtener la información para las unidades de negocio, detectar áreas de mejora, entre otras; lo anterior debido a que el Proceso de Mercadeo y Publicidad, no cuenta con una herramienta que le permita medir la satisfacción por parte de las unidades de negocio respecto del servicio prestado por el proceso.	Proceso Mercadeo y Publicidad.

3.2. NO CONFORMIDADES

No.	DESCRIPCIÓN	Requisito Incumplido
1.		
2.		

4. CONCLUSIONES

Evaluado el Proceso de Mercadeo y Publicidad y aceptados los aspectos enunciados, este procesos presenta conformidad general en el cumplimiento de los requisitos del Sistema Integrado de Gestión.

5. ACCIONES DE MEJORA

(FECHA DE ENTREGA DE LAS ACCIONES DE MEJORA)

Las acciones de mejora producto del ejercicio de la auditoría, deberán ser enviadas al correo accionesdemejora@agencialogistica.gov.co

FECHA ENTREGA INFORME DE AUDITORIA: 07 de octubre de 2015

Original Firmado
Alfredo Armando Jimenez Acuña

Original Firmado
ST. Brayan Steven Montaña Díaz

AUDITOR LÍDER

LÍDER PROCESO O RESPONSABLE