INFORME GENERAL DE AUDITORÍA INTERNA
JUNIO DE 2023

AUDITORÍA No.: 08

FECHA DE LA AUDITORIA
Inicio: 03 de abril de 2023
Finalización: 31 de mayo de 2023

FECHA DEL INFORME: 7 de junio de 2023.

PROCESOS AUDITADOS: Proceso de Gestión de Promoción y Mercadeo.

Objetivo: Evaluar y verificar los avances del proceso de Gestión de Contratación, a efectos de que se encuentren conforme con la planeación estratégica, las disposiciones legales vigentes, así como los componentes del Modelo Estándar de Control Interno MECI y MIPG.

Alcance: La presente auditoria aplica para el cumplimiento y la observancia del estado actual de los procesos contractuales al interior del INDETUR, así como el cumplimiento del Manuales de Contratación y demás procedimientos del área.

Criterios: Planes, Procedimientos, Instructivos, Matrices, Guías, Formatos, Contratos del área, etc.
Aplicativos Secop I y
SIA OBSERVA.
Lineamientos de Ley.

Recursos: Verificación de la información documentada del proceso.

Auditor: Alejandra Gómez B. - Asesora de Control Interno.

OBSERVACIONES Y/O HALLAZGOS:

PROCESO DE GESTIÓN DE PROMOCIÓN Y MERCADEO

ÁREA DE PROMOCIÓN Y MERCADEO.

De acuerdo a la información solicitada, se procede a realizar una auditoría diagnóstica por tratarse de la primera que se realiza en el Instituto en materia Gestión de Promoción y Mercadeo y se revisaron una serie de documentos para evaluar el desempeño del área, entre los cuales tenemos:

- **Caracterización de la Cadena de Valor:** La entidad cuenta con el instrumento de Caracterización de la Cadena de Valor recientemente publicado en la Intranet de la entidad.

- **Procedimiento Encadenamientos de Valor:** La entidad construyó el manual para el Procedimiento de Encadenamiento de Valor, en cuanto a las necesidades de la Institución y se encuentra recientemente publicado en la Intranet de la entidad.

- **Caracterización Gestión de Promoción y Mercadeo:** La entidad a la fecha cuenta con la herramienta de Caracterización Gestión de Promoción y Mercadeo, recientemente publicada en la Intranet de la entidad.

- **Caracterización Diagnóstico de servicios y atractivos significativos:** La entidad a la fecha NO cuenta con un instrumento para la Caracterización Diagnostico de Servicios y Atractivos Significativos debidamente construido y aprobado, por lo que ***se recomienda*** contratación de un profesional de Gestión de Calidad con las competencias para la pronta creación, aprobación e implementación de la herramienta al interior del Instituto.

- **Base de datos (Inventario de productos turísticos, estadísticas, tendencias, información de gremios del sector, datos históricos, etc.):** La entidad a la fecha NO cuenta con la matriz de Base de Datos, por lo que ***se recomienda*** contratación de un profesional de Gestión de Calidad con las competencias para la pronta creación, aprobación e implementación de la herramienta al interior del Instituto.

- **Caracterización de portafolio de servicios:** A la fecha la entidad NO cuenta con la herramienta de Caracterización de Portafolio de Servicios, por lo que ***se recomienda*** contratación de un profesional de Gestión de Calidad con las competencias para la pronta creación, aprobación e implementación de la herramienta al interior del Instituto, en caso de viabilidad.

- **Informe de Acciones de Mercadeo:** La entidad NO cuenta con la construcción de la herramienta para la construcción de Informes de Acciones de Mercadeo, por lo que ***se recomienda*** contratación de un profesional de Gestión de Calidad con las competencias para la pronta creación, aprobación e implementación de la herramienta al interior del Instituto.

- **Procedimiento Plan de Promoción y Mercadeo:** La entidad a la fecha cuenta con la debida construcción del procedimiento para el Plan de Promoción y Mercadeo, así como su debida publicación en la Intranet del Instituto.

- **Procedimiento Plan Estratégico de Marketing Turístico:** La entidad a la fecha SI cuenta con la herramienta de procedimiento para el Plan Estratégico de Marketing Turístico, recientemente

publicado en la Intranet de la entidad.

- Procedimiento Estrategias de Marketing Operativo: Si bien dentro del Instituto NO se cuenta con la herramienta de procedimiento para Estrategias de Marketing Operativo, esta herramienta se cambia por el procedimiento Red de Información Turística que, si se encuentra construida y está publicada en la Intranet de la Entidad.

- Procedimiento Investigación de Mercados: A la fecha la entidad NO se cuenta con el procedimiento para Investigación de Mercados, pero a su vez se implementó el procedimiento para Mercadeo Relacional que SI se encuentra elaborada y está debidamente publicado en la Intranet de la Entidad.

- Procedimiento Estructura de la Marca Ciudad: La entidad a la fecha cuenta con la debida elaboración e implementación de la matriz de procedimiento para el Plan de Promoción y Mercadeo, así como su oportuna publicación en la Intranet del Instituto desde la vigencia 2022.

- Procedimiento Lineamientos de Publicidad: La entidad a la fecha NO cuenta con el instrumento de procedimiento para Lineamientos de Publicidad, toda vez que este procedimiento fue sustituido por el de Diseño y Promoción de Piezas Promocionales Turísticas que SI se encuentra construida y está debidamente publicada en la Intranet de la Entidad.

- Procedimiento Indicadores de impacto (Establecer programas de evaluación, medición de resultados de las acciones de mercadeo, promoción y comercialización): La entidad a la fecha NO cuenta con el instrumento de Procedimiento de Indicadores de Impacto, por lo que ***se recomienda*** contratación de un profesional de Gestión de Calidad con las competencias para la pronta creación, aprobación e implementación de la herramienta al interior del Instituto.

- Procedimiento para el Programa de Banco de Proyectos: La entidad SI cuenta con la construcción del procedimiento para el Programa de Banco de Proyectos para la implementación en cuanto a las necesidades de la Institución y se encuentra debidamente publicado en la Intranet de la entidad. Ahora bien, ***se recomienda*** la construcción de los anexos complementarios median los cuales se describirán la naturaleza de los proyectos a presentar.

- Demás formatos que apoyen los manuales y/o procedimientos del área: La entidad a la fecha NO cuenta con la creación de formatos complementarios que apoyen a la construcción de manuales y/o procedimientos necesarios para el área, por lo que ***se recomienda*** contratación de un profesional de Gestión de Calidad con las competencias para la pronta creación, aprobación e implementación de la herramienta al interior del Instituto.

DOCUMENTOS COMPLEMENTARIOS DEL ÁREA DE PROMOCIÓN Y MERCADEO:

Relación de Actas de reunión realizadas de la vigencia 2021, 2022 y lo que va transcurrido de la vigencia 2023 con relación al área:

El área no aportó matriz con la relación de Actas de reunión para la vigencia 2021, 2022 y 2023, en virtud de no tener esta base de datos construida, por lo cual ***se recomienda*** subsanar mediante la creación de la misma.

Relación de PQRS del Área de Promoción y Mercadeo que contenga fecha de ingreso, clase, tiempo de respuesta, solicitante, responsable y fecha de salida de la vigencia 2021, 2022 y lo que va transcurrido de la vigencia 2023:

La entidad cuenta con una relación de PQRSD del Instituto, de la cual se pudo extraer la información requerida y especialmente los tiempos de respuesta del área auditada.

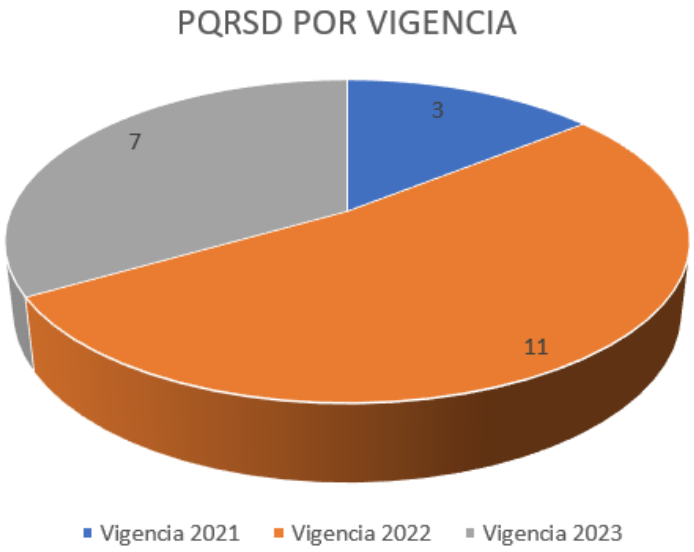
Una vez revisado el reporte entregado por el área auditada a corte 31 de marzo de 2023, se aprecia que, se presentó una (1) petición y/o requerimiento atendidos a destiempo, frente al total de veintiún (21) peticiones recibidas, lo cual resalta un grado de riesgo para la entidad en virtud de lo establecido en la ley 1755 de 2015 la cual contempla la imposición de sanciones disciplinarias para los funcionarios que no tramiten los derechos de petición elevados por los ciudadanos.

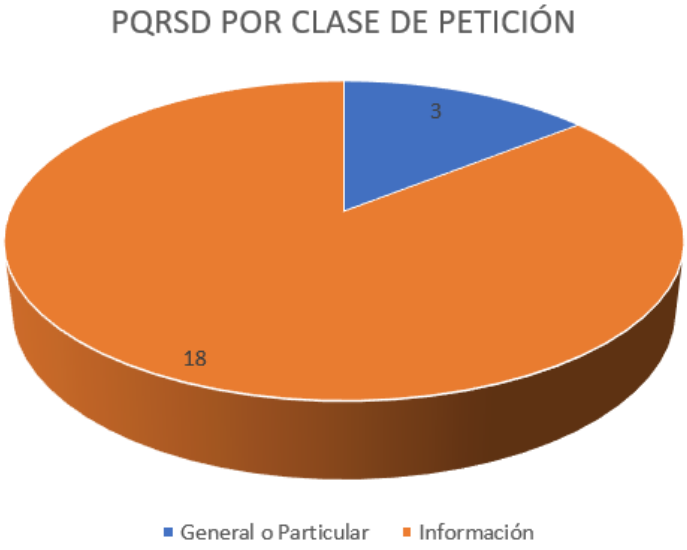
RELACIÓN DE PQRSD PROMOCIÓN Y MERCADEO						
RAD.	FECHA INGRESO	CLASE DE PETICIÓN	TIEMPO DE RESPUESTA	SOLICITANTE	OFICINA RESPONSABLE	FECHA DE SALIDA
1-21-374	13/09/2021	General o particular	04/10/2021	Guillermo Junca	Promoción y Mercadeo	13/09/2021
1-21-424	05/11/2021	General o particular	22/11/2021	Pauly Estrada	Promoción y Mercadeo	30/11/2021
1-21-437	27/12/2021	General o particular	18/01/2022	Sara Beltr-an	Promoción y Mercadeo	NO SE REPORTA
1-22-010	6/1/2022	Información	7/2/2022	Esteban Córdoba	Promoción y Mercadeo	1/2/2022
1-22-011	7/1/2022	Información	8/2/2022	Joaquin García	Promoción y Mercadeo	3/2/2022
1-22-023	24/1/2022	Información	18/2/2022	Jennifer Cabana	Promoción y Mercadeo	14/2/2022
1-22-061	2/4/2022	Información	5/5/2022	Jonathan Peñaloza	Promoción y Mercadeo	13/4/2022

1-22-064	5/4/2022	Información	5/5/2022	Maria Castillo	Promoción y Mercadeo	13/4/2022
1-22-078	20/4/2022	Información	18/5/2022	Fabio Tavera	Promoción y Mercadeo	17/5/2022
1-22-112	7/6/2022	Información	22/6/2022	Adriana Bojacá	Promoción y Mercadeo	21/6/2022
1-22-166	15/09/2022	Información	29/09/2022	Lina Salazar	Promoción y Mercadeo	21/09/2022
1-22-193	26/10/2022	Información	10/11/2022	Angie Oliva	Promoción y Mercadeo	10/11/2022
1-22-197	1/11/2022	Información	15/11/2022	Daniel Calderón	Promoción y Mercadeo	10/11/2022
1-22-203	19/11/2022	Información	6/12/2022	Edwin Parrado	Promoción y Mercadeo	5/12/2022
01-23-005	25/1/2023	Información	15/2/2023	Juan David Padilla	Promoción y Mercadeo	27/1/2023
01-23-012	13/2/2023	Información	1/3/2023	Marysol	Promoción y Mercadeo	27/2/2023
01-23-013	21/2/2023	Información	6/3/2023	Sofía Grattarola	Promoción y Mercadeo	21/2/2023
01-23-021	27/02/2023	Información	21/03/2023	Julieth Molinares	Promoción y Mercadeo	27/2/2023
01-23-033	6/3/2023	Información	22/3/2023	Daniel Luzzi	Promoción y Mercadeo	7/3/2023
01-23-034	6/3/2023	Información	22/3/2023	Marisabel Garcia	Promoción y Mercadeo	27/3/2023
01-23-055	4/4/2023	Información	20/4/2023	Bleidy Ortiz	Promoción y Mercadeo	4/4/2023

De acuerdo a la información reportada se puede apreciar que, de la vigencia 2021 no se reporta fecha de salida de la petición con Rad. 1-21-437, y de la vigencia 2023 se nota que se reporta la petición con Rad. 01-23-034 contestada a destiempo, por lo que ***se recomienda*** que los controles se lleven de mejor manera y especialmente se respondan dentro de los términos legales establecidos.

En consecuencia, se muestran las siguientes gráficas:





Relación de Contratos elaborados durante la vigencia 2021, 2022 y lo que va transcurrido de la vigencia 2023 suscritos desde el área que contenga: número de contrato (SECOP), modalidad, objeto, valor, fecha de inicio, fecha de terminación, estado actual. (Los documentos soporte de los contratos se requerirán y revisarán de manera aleatoria en los archivos de la entidad al auditado y en las plataformas de rendición):

El área construyó una matriz con la relación de contratos para la vigencia 2021, 2022 y 2023, la cual se anexa y hace parte del presente informe, a corte marzo 31 de 2023.

Cabe resaltar que la información contenida en la matriz en mención no concuerda con la información registrada en el aplicativo SIA OBSERVA de la Auditoría General de la República referente a las vigencias cargadas, de acuerdo a lo presentado.

Relación detallada de los Convenios suscritos por la entidad durante la vigencia 2021, 2022 y lo que va transcurrido de la vigencia 2023. (Los documentos soporte de los convenios se requerirán y revisarán de manera aleatoria en los archivos de la entidad al auditado y en las plataformas de rendición):

La entidad durante esos periodos ha suscrito los convenios que se encuentran incorporados en la relación de contratos aportada y mencionada anteriormente.

PROCESOS DE CONTRATACIÓN VIGENCIA 2021, 2022 y 2023.

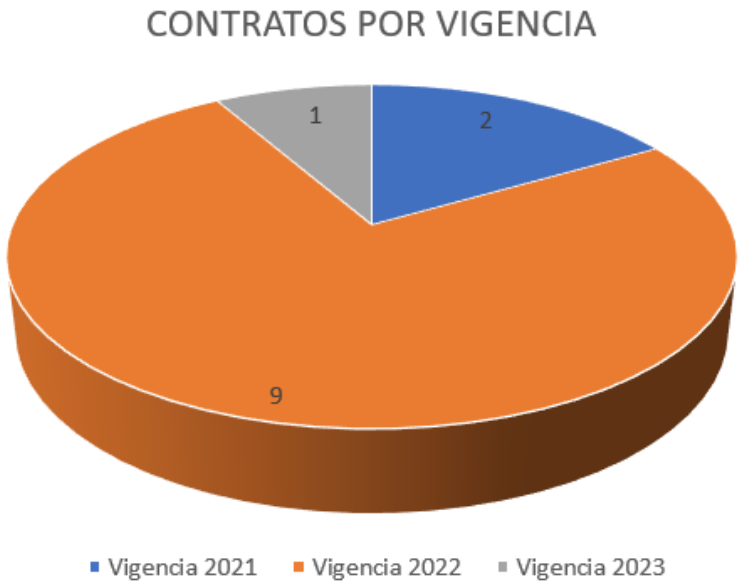
Referente a la vigencia 2021, 2022 y lo que va de la vigencia 2023, se celebraron los contratos que se relacionan a continuación, cuya información fue cotejada con la plataforma SIA Observa, la cual es una plataforma WEB cuya funcionalidad principal es ofrecer a las entidades de control fiscal y a los Sujetos Vigilados, una herramientade captura de información contractual y presupuestal para la toma decisiones oportuna y con carácter preventivo.

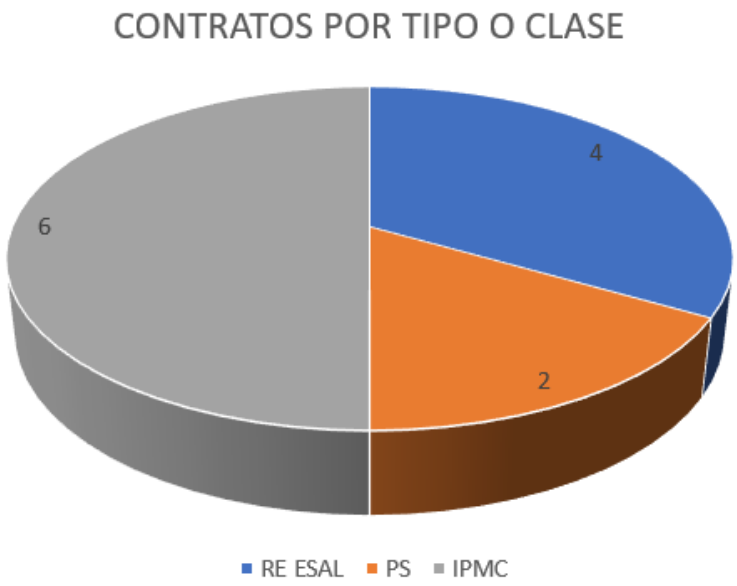
RELACIÓN CONTRATOS ÁREA PROMOCIÓN Y MERCADEO

N° DE CONTRATO (SECOP)	AÑO	MODALIDAD	CONTRATISTA	VALOR	FECHA DE TERMINACION
RE ESAL-002-2021	2021	Contratación Directa	(819000012)ASOCIACIÓN HOTELERA Y TURISTICA DE COLOMBIA - COTELCO CAPITULO MAGDALENA	$ 70.000.000	19/07/2021
PS 100-2021	2021	Contratación Directa	(9013281 43)TORNUS S.A.S.	$ 199.999.900	30/12/2021
IPMC 018-2022	2022	Mínima Cuantía	(901128504)BERTOURS S.A.S	$ 6.680.000	31/12/2022
IPMC 021-2022	2022	Mínima Cuantía	(9003340370)COMERCIALIZADORA CAFE BOTERO SAS	$ 20.254.395	31/12/2022
IPMC 022-2022	2022	Mínima Cuantía	(9003340370)COMERCIALIZADORA CAFE BOTERO SAS	$ 14.994.000	31/12/2022
IPMC-023-2022	2022	Mínima Cuantía	(900811939)PRINT CREATIVOS S.A.S.	$ 9.289.616	31/12/2022
IPMC-024-2022	2022	Mínima Cuantía	(900811939)PRINT CREATIVOS S.A.S.	$ 10.995.600	31/12/2022
IPMC-025-2022	2022	Mínima Cuantía	(84459210)LEWIS ENRIQUE RODRIGUEZ PACHECO	$ 4.356.000	31/12/2022
PS-083-2022	2022	Contratación Directa	(901328143)TORNUS S.A.S.	$ 97.378.600	31/12/2022
RE ESAL-001-2022	2022	Convocatoria Pública - Decreto 092/2017	(819000012)ASOCIACIÓN HOTELERA Y TURISTICA DE COLOMBIA - COTELCO CAPITULO MAGDALENA	$ 90.000.000	16/04/2022
RE-ESAL-004-2022	2022	Contratación Directa	(819000012)ASOCIACIÓN HOTELERA Y TURISTICA DE COLOMBIA - COTELCO CAPITULO	$ 147.744.000	31/12/2022

			MAGDALENA		
RE ESAL-001-2023	2023	Convocatoria Pública - Decreto 092/2017	(819000012)ASOCIACIÓN HOTELERA Y TURISTICA DE COLOMBIA - COTELCO CAPITULO MAGDALENA	$ 83.880.000	16/04/2023

En consecuencia, se muestran las siguientes gráficas:





CONTRATOS AUDITADOS ALEATORIAMENTE

A continuación, la Oficina de Control Interno atendiendo el cronograma establecido en el Plan Anual de Auditoría del INDETUR 2023, describe las observaciones a tener en cuenta de conformidad con las muestras revisadas de la relación de contratos del área hasta marzo de 2023, bajo la salvedad de que la OCI con relación a su personal sólo cuenta con un (1) funcionario por lo cual de la muestra revisada se aprecia que, con relación a la totalidad de los contratos, se analizó el equivalente al 40% de los mismos aproximadamente, arrojando los siguientes resultados:

RELACIÓN MUESTRA DE CONTRATOS REVISADOS

No.	CONTRATO	CONTRATISTA	DOCUMENTO	OBSERVACIONES
1	PS 100-2021	TORNUS S.A.S.	Check list	El documento del Check list se encuentra sin diligenciar y la carpeta se encuentra sin foliar y sin legajar, lo que implica falta de seguridad de la información.
			RUT	Sin firma del solicitante o contratista.
			Certificado de idoneidad	No reposa en la carpeta física.
			Paz y Salvo	No reposa en la carpeta física.
2	IPMC 018-2022	BERTOURS S.A.S.	Check list	El documento del Check list se encuentra diligenciado sin firma del responsable y la carpeta se encuentra sin foliar, lo que implica falta de seguridad de la información.
3	IPMC 023-2022	PRINT CREATIVOS S.A.S.	Check list	El documento del Check list no se encuentra y la carpeta se encuentra sin foliar, lo que implica falta de seguridad de la información.
			Acta de inicio	No reposa en la carpeta física.
			Acta final	No reposa en la carpeta física.
4	IPMC 025-2022	LEWIS ENRIQUE RODRIGUEZ PACHECO	Check list	El documento del Check list no se encuentra y la carpeta se encuentra sin foliar, lo que implica falta de seguridad de la información.
			Solicitud de CDP	No reposa en la carpeta física.
			Certificación Bancaria	No reposa en la carpeta física.
5	RE ESAL 001-2022	COTELCO	Check list	El documento del Check list no se encuentra y la carpeta se encuentra sin foliar, los documentos no se encuentran archivados en orden, lo que implica falta de seguridad de la información.
			Solicitud de CDP	No reposa en la carpeta física.
			Banco de proyectos	No reposa en la carpeta física.

NOTA: Se deja constancia que la RE ESAL 001-2023 a la fecha de celebración de la auditoría aún se encontraba en curso pues no se ha celebrado el último pago, por lo cual no se revisó la misma.

Cabe anotar que la documentación que se aprecia en las carpetas no conserva un orden cronológico lo cual

dificulta valorar sus avances y ***se recomienda*** atender cada una de las observaciones contractuales anteriormente descritas.

RECOMENDACIONES GENERALES Y OPORTUNIDADES DE MEJORA DE LOS PROCESOS.

Atendiendo el desarrollo del presente informe, a continuación, se exponen otra serie de hallazgos y/o recomendaciones a tener en cuenta, de acuerdo a lo evidenciado durante el desarrollo de la presente Auditoría de la siguiente manera:

- Si bien la conformación del área de Promoción y Mercadeo se evidencia, existe carencia de personal idóneo de apoyo, lo cual es de vital importancia para la consecución y garantía de todos los procesos en esta área.

- Los documentos en las carpetas contractuales, se encuentran archivados en distinto orden, por lo cual no hay concordancia, hay ausencia de documentos físicos en las carpetas y ausencia del check list el cual permite identificar el responsable del manejo documental en cada etapa procesal que se encuentra en las carpetas.

- Se evidencia la ausencia de un profesional en áreas administrativas con experiencia en Sistemas Integrados de Gestión, Gestión de Calidad y Función Pública para diseñar, coordinar e implementar los sistemas de gestión respectivos.

Las observaciones antes realizadas, constituyen oportunidades de mejora, las cuales deben subsanarse a través de la elaboración de un plan de mejoramiento donde deben incluirse los hallazgos donde se expresa ***"se recomienda",*** los que estarán a cargo de la Dirección General con el apoyo de la Subdirección de Promoción y Mercadeo y del área de Contratación del Instituto de acuerdo a su competencia.

La realización del mencionado plan de mejoramiento tiene como finalidad permitir la observación de los avances y la realización del seguimiento futuro, para así garantizar la mejora continua de la entidad. Lo anterior, deberá remitirse a la OCI dentro de los 15 días hábiles siguientes contados a partir del reporte del presente informe.

Original firmado
Alejandra Gómez Bloise
Asesor de Control Interno - Auditor