

COMUNICACIÓN INTERNA

11 - 024

San José de Cúcuta, 01 de abril de 2022

PARA: Dra. DORIS ANGARITA ACOSTA, Asesora de Planeación y Calidad

DE: Asesor Control Interno de Gestión

ASUNTO: Resultado Auditoría Proceso Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios

Me permito remitir resultado de la Auditoría practicada al Proceso Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios.

Respetuosamente solicito en término de ocho (8) días hábiles, el respectivo cargue en el aplicativo del Plan de Mejoramiento para su seguimiento.

Atentamente,


MARTIN EDUARDO HERRERA LEON


Copia: Dra. Rosa Katherine Fuentes Mariño, Coordinadora de Mercadeo y Ventas de Servicio

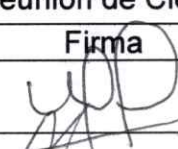



Anexo: Folios (6)


Proyecto: María Elida Lindarte 

Revisó: Dr. Martín Eduardo Herrera 




	EVALUACION DE CONTROL INTERNO DE GESTION	CODIGO: CI-FO-003
		VERSION: 3
	ACTA DE APERTURA Y CIERRE DE AUDITORIA	FECHA: DIC 2021
		PAGINA 1 de 2

APERTURA			
Fecha de inicio: 22 de marzo de 2022		Hora de inicio :9:00 AM	Lugar: Oficina de Mercadeo y Ventas
Proceso: Gestion de Mercadeo y Venta de Servicios			
Observaciones:			
REGISTRO			
Nombre	Responsable	Reunión de apertura	Reunión de Cierre
		Firma	Firma
Rosa Katherine Fuentes Mariño	Lider del Proceso		
Maria P. Casadiego	Auxiliar Administrativo		
Lorena Maestre	Profesional de Apoyo		
Denninson Peñaloza	Profesional de Apoyo Juridica		
Martin Eduardo Herrera Leon	Asesor de Control Interno de Gestion		
Ana Graciela Ortiz Torres	Auditor- Profesional Especializado en Control Interno		
ALCANCE Y OBJETIVOS DE LA AUDITORIA			
<p>Determinar el grado de cumplimiento y ejecucion en terminos de eficiencia y eficacia, de las actividades establecidas en el proceso de Mercadeo y Venta de Servicios de la ESE HUEM, en el periodo comprendido desde el 14 de abril de 2021 a 22 de marzo de 2022, Con el fin de generar las recomendaciones que conduzcan a la identificacion de herramientas orientadas al mejoramiento continuo del area auditada.</p>			
METODOS Y PROCEDIMIENTOS PARA LA AUDITORIA			
<p>El seguimiento se practicará tomando en cuenta los criterios de auditoria, entrevistas e inspecciones oculares de la documentacion, determinados por el Manual de Procesos y Procedimientos, Matriz de Riesgos, Manual de Funciones, Planes de mejoramiento, Indicadores de Gestion y Desempeño, Codigos, Resoluciones, Normatividad Interna y externa en vigencia con influencia y afectacion directa en el proceso objeto de evaluacion.</p>			

	EVALUACION DE CONTROL INTERNO DE GESTION	CODIGO: CI-FO-003
		VERSION: 3
	ACTA DE APERTURA Y CIERRE DE AUDITORIA	FECHA: DIC 2021
		PAGINA 2 de 2

CIERRE		
Fecha de inicio:	3:12 PM	Hora de inicio: 31-03-2022
Lugar: Oficina Mercadeo		
Observaciones:		
SUSPENSIÓN:		
Fecha :	Hora:	Lugar:
Descripción.		

	EVALUACION DE CONTROL INTERNO DE GESTION		CODIGO: CI-FO-005
			VERSION: 3
	INFORME DE AUDITORIA		FECHA: MAR 2021
			PAGINA 1 de 8


1. ASPECTOS GENERALES DE LA AUDITORÍA			
Proceso		Responsable del proceso	
Gestión de Mercadeo y Ventas de Servicios		Rosa Katherine Fuentes Mariño	
Fecha de apertura	Fecha de cierre	Fecha elaboración informe	Tipo de auditoría
22 de Marzo de 2022	31 de marzo de 2022	30 de Marzo de 2022	De seguimiento
Auditores		Auditados	
Ana Graciela Ortiz Torres		Rosa Katherine Fuentes Mariño	
		Lorena Maestre	
		María Patricia Casadiego	
		Dennison Peñaloza	
Objetivo general: Determinar el grado de cumplimiento de las actividades establecidas en la caracterización, los procedimientos, Mapa de Riesgo, Manuales, Planes de mejoramiento, Indicadores de Gestión y Desempeño, Códigos, Resoluciones y Normatividad Vigente, de Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios, con el fin de generar las recomendaciones que conduzcan a la identificación de herramientas orientadas al mejoramiento continuo del área auditada.			
Alcance: Lograr mediante verificación, seguimiento, y revisión documental, confrontación de cumplimiento de cada una de las actividades que componen el proceso de Gestión Mercadeo y venta de servicio desde el 14 de abril de 2021 a 22 de marzo del 2022.			
Metodología: El seguimiento se practicará tomando en cuenta los criterios de auditoría, entrevistas e inspecciones oculares de la documentación, determinados por el Manual de procesos y Procedimientos, Matriz de Riesgos, Manual de Funciones, Planes de mejoramiento, Indicadores de Gestión y Desempeño, Códigos, Resoluciones, Normatividad en vigencia con influencia y afectación directa en el proceso objeto de evaluación.			
Criterios: Los elementos de verificación, confrontación y evaluación en la presente Auditoría, están determinados por: Manual de procesos y procedimientos, Manual de Funciones, Códigos, Resoluciones, Planes de Mejoramiento, Constitución política, política Nacional de prestación de servicios. Ley 100 de 1993 Por la cual se crea el sistema de seguridad social integral y se dictan otras disposiciones; re-crear - la prestación de servicios de salud en las empresas sociales del estado en el sistema de seguridad social en salud.			

	EVALUACION DE CONTROL INTERNO DE GESTION	CODIGO: CI-FO-005
		VERSION: 3
	INFORME DE AUDITORIA	FECHA: MAR 2021
		PAGINA 2 de 8

2. HALLAZGOS

No	Descripción del hallazgo	procedimiento	C	NC	OB	Criterios de auditoria
1.	En referencia al objetivo de proceso descrito en la Caracterización de Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios MV-CA-001, y en razón al desarrollo del mismo, No se evidencian estrategias diseñadas y documentadas de mercadeo, que permitan promover y comercializar el portafolio de servicios de la ESE HUEM, afectando de forma directa la garantía en la consecución de la meta.	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios		X		Caracterización de Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios MV-CA-001 Mapa de Riesgos Institucional- Mercadeo y Venta de Servicios. 2021 Procedimiento Elaboración Plan de Mercadeo MV-PR-002 Plan de Mercadeo MV-PL-001
2.	En cuanto a la Caracterización de Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios MV-CA-001, No se evidencia informe de avance de seguimiento y monitoreo a la ejecución del plan estratégico de mercadeo, actividad del Verificar.	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios		X		Caracterización de Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios MV-CA-001
3.	Caracterización de Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios MV-CA-001 – Actuar- No se evidencia Plan de Mejoramiento resultado del informe de avance de seguimiento del plan estratégico de mercadeo.	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios		X		Caracterización de Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios MV-CA-001
4.	Caracterización de gestión de mercadeo y venta de servicios MV-CA-001. No es preciso evidenciar la construcción o documentación del análisis para la elaboración del plan estratégico de Mercadeo	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios		X		Caracterización de gestión de mercadeo y venta de servicios MV-CA-001. Procedimiento Elaboración Plan de Mercadeo MV-PR-002


5.	Caracterización de gestión de mercadeo y venta de servicios MV-CA-001. No es preciso evidenciar la construcción o documentación de la medición de satisfacción y evaluación del posicionamiento de la ESE HUEM, de que habla el alcance del documento.	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios		X		Caracterización de Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios MV-CA-001
6.	En el formato Caracterización de gestión de mercadeo y venta de servicios MV-CA-001 – Control de Cambios-Aprobó, debe referenciarse al Comité de Gestión y Desempeño por ser el responsable del control de cambios documentales y no al Comité de Control Interno de Gestión.	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios			X	Caracterización de gestión de mercadeo y venta de servicios MV-CA-001.
7.	Es importante contar un estudio de mercado y de costos, como insumo para la formulación e Plan de Mercadeo y Ventas y así mismo, para el diseño de las estrategias para la comercialización del Portafolio de Servicios y además se evidencia y sustente la competitividad de las tarifas de los servicios prestados por la ESE HUEM.	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios			X	Mapa de Riesgos Institucional 2021 – Mercadeo y Venta de Servicios.
8.	No se evidencia informes de auditorías efectuadas por las EPS los contratos celebrados con la ESE HUEM las cuales se refieren dentro de las medias de control identificadas en el Mapa de Riesgos Institucional 2021 – Mercadeo y Venta de Servicios.	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios		X		Mapa de Riesgos Institucional 2021 – Mercadeo y Venta de Servicios.

	EVALUACION DE CONTROL INTERNO DE GESTION		CODIGO: CI-FO-005
			VERSION: 3
	INFORME DE AUDITORIA		FECHA: MAR 2021
			PAGINA 4 de 8

9.	No se evidencia seguimiento a los resultados de auditorías efectuadas por parte de cada EPS a los contratos celebrados con la ESE HUEM, a que hace referencia el dentro de las medidas de control y parte del plan de acción, contenido en el Mapa de Riesgos Institucional 2021 – Mercadeo y Venta de Servicios.	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios		X		Mapa de Riesgos Institucional 2021 – Mercadeo y Venta de Servicios.
10.	Teniendo como base el Procedimiento de Elaboración plan de Mercadeo MV-PR-002 - No se evidencia el análisis definido y documentado de las características socio demográficas de los usuarios, el grado de satisfacción, requerimiento en materia de prestación de servicios, para la elaboración del Plan de Mercadeo y ventas	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios		X		Procedimiento de Elaboración plan de Mercadeo MV-PR-002 Plan de Mercadeo MV-PL-001
11.	No se evidencia la identificación y adopción de políticas de mercadeo existentes, que aporten a la calidad de la prestación de servicios de la ESE HUEM a que hace referencia el Procedimiento de Elaboración plan de Mercadeo MV-PR-002	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios		X		Procedimiento de Elaboración plan de Mercadeo MV-PR-002 Plan de Mercadeo MV-PL-001
12.	En cuanto a la actividad descrita en el Plan de Mercadeo MV-PL-001 de envío de correos electrónicos con la información mensual a los clientes actuales y potenciales, de las campañas de salud	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios		X		Plan de Mercadeo MV-PL-001


	programadas, no se evidencia el desarrollo del ítem allí descrito.					
13.	Lo productos promocionales a que hace referencia el plan de mercadeo para recordación de la marca en el ítem de promoción - es importante revisar la pertinencia de la estrategia descrita, debido a que la utilización de dinero de origen público de la ESE HUEM debe ser comprometido y considerado de acuerdo con el decreto 371 de abril 8 de 2021 y decreto 397 de marzo de 2022, en el ámbito del establecimiento del Plan de Austeridad del Gasto.	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios			X	Plan de Mercadeo MV-PL-001 Decreto 371 de abril 08 de 2021 Decreto 397 de marzo de de 2022
14.	No se evidencia el calendario de los congresos, cursos, seminarios o simposios a los cuales de que habla el Plan de Mercadeo MV-PL-001 de la ESE HUEM, en su ítem de Relaciones Publicas	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios		X		Plan de Mercadeo MV-PL-001
15.	En referencia a las invitaciones a los grupos de docentes, concejales y personas del área judicial para el conocimiento de la ESE HUEM de que habla el Plan de Mercadeo MV-PL-001, no se cuenta con evidencia en lo corrido de la vigencia.	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios		X		Plan de Mercadeo MV-PL-001
16.	Las revistas de salud a que hace referencia el Plan de Mercadeo MV-PL-001 de la ESE HUEM, se debe revisar su pertinencia de acuerdo con lo contenido en el decreto	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios			X	Plan de Mercadeo MV-PL-001 Decreto 371 de abril 08 de 2021 Decreto 397 de marzo de de 2022

	371 de abril 8 de 2021 y decreto 397 de marzo de 2022, en el ámbito del establecimiento del Plan de Austeridad del Gasto.					
17.	En referencia a los indicadores de gestión es importante revisar la pertinencia y calidad de la medición, en razón de que en el área de gestión de mercadeo y ventas, existen indicadores cuya medición y/o suministro de información, dependen de otros procesos, lo cual puede afectar la gestión y desempeño de la misma. También se observa que existen indicadores de vigencias pasadas los cuales no son alimentados debido a que su medición no aporta a la gestión para la vigencia.	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios			X	<p>Intranet Institucional-Portales</p> <p>Institucionales – Registro de Indicadores:</p> <p>Indicador: Proporción de Usuarios que recomendaría su IPS a familiares.</p> <p>Indicador: Satisfacción del Cliente Corporativo.</p> <p>Indicador: Posicionamiento Institucional en el Mercado.</p> <p>(competitividad)</p> <p>Indicador: Porcentaje de Satisfacción global de usuarios.</p> <p>Indicador: Sucesos de seguridad reportados por el proceso de mercadeo y venta de servicios.</p>
18.	La carta de Intención que se recibe por parte de la entidad responsable e pago, de que habla el Procedimiento de Contratación de Venta de Servicios de Salud MV-PR-001, se recibe en como un correo de intención e ingresa directamente al área de mercadeo. Es importante anotar, que todo documento o correo electrónico en referencia debe ser direccionado por el Centro de Gestión Documental de la ESE HUEM. Para los efectos	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios			X	<p>Procedimiento de Contratación de Venta de Servicios de Salud MV-PR-001</p>

	EVALUACION DE CONTROL INTERNO DE GESTION				CODIGO: CI-FO-005
					VERSION: 3
	INFORME DE AUDITORIA				FECHA: MAR 2021
					PAGINA 7 de 8


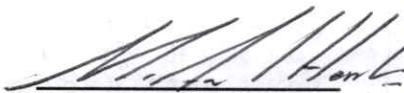
	de una respuesta negativa por parte de la ESE HUEM, esta deberá ser expresa y deberá ir firmada por el representante legal y así mismo gestionar la salida de este documento por parte de la oficina de CEGDOC de la ESE HUEM.					
19.	Se evidencia avance y cumplimiento de la acción de mejoramiento proyectada en materia en el proceso de Gestión documental, y el compromiso con aplicación de la Tabla de Retención Documental, sin embargo es importante que la oficina proyecte nueva meta para la vigencia con el fin de conseguir el ideal según la norma.	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios			X	Tabla de Retención Documental versión 1
20.	Se evidencia organización en la gestión de mercadeo y venta de servicios en cuanto a la tabla de clasificación de los contratos activos para la vigencia con las Empresas Responsable de Pago, sin embargo se observa que el formato utilizado y diseñado no se encuentra oficializado y/o aprobado por el comité de gestión y desempeño para su incorporación en el sistema integrado de gestión de la ESE HUEM.	Gestión de Mercadeo y Venta de Servicios			X	Cuadro de Clasificación Documental ESE HUEM


Descripción de Hallazgo: Conforme (C); No Conformidad (NC); Observación (OB), Marque con una X según corresponda

	EVALUACION DE CONTROL INTERNO DE GESTION	CODIGO: CI-FO-005
		VERSION: 3
	INFORME DE AUDITORIA	FECHA: MAR 2021
		PAGINA 8 de 8

RECOMENDACIONES:

- Es importante que la ESE HUEM cuente con un estudio de Mercadeo y de Costos, un para establecer la competitividad de las tarifas de los servicios ofertados dentro del portafolio y así mismo definir estrategias de ventas orientadas a la comercialización efectiva de cada uno de los servicios de salud.
- Se recomienda la reestructuración del plan de mercadeo existente con el objeto de replantear los ítems a los que no es posible darles cumplimiento. También se recomienda que las estrategias de venta diseñadas por cada servicio ofrecido se encuentren incorporados dentro del mismo y que sean tenidos en cuenta los estudios señalados, para la proyección del plan. Tener en cuenta que el Plan de Mercadeo debe estar diseñado en pro de asegurar la efectividad en la venta de todos y cada uno de los servicios ofertados y que en debe ser medible en sus resultados.
- Es importante socializar y capacitar al personal interno e Interesado en referencia a lo contenido dentro del plan de mercadeo y ventas y del portafolio de servicios de manera constante.
- Se recomienda la revisión para la formulación de nuevas medidas de control y acciones de mejora, que busquen prevenir los riesgos proyectados dentro del Mapa de Riesgos Institucional de la ESE HUEM, para la vigencia.
- Es fundamental efectuar seguimiento al desarrollo e implementación de plan de mercadeo y de igual forma, generar acciones de mejoramiento, resultado de este seguimiento con el objeto de procurar por el aseguramiento de la calidad en el servicio ofertado.
- Se recomienda la reestructuración o reclasificación de los indicadores de Gestión en base a que apunten a evidenciar la gestión efectiva de proceso de Gestión de Mercadeo y ventas de la ESE HUEM.
- Es pertinente la modificación y formalización de cambios documentales en los procedimientos propios del proceso de mercadeo y ventas, en los ítems en que hay hallazgos de esta auditoría y así mismo en concordancia a la dinámica propia del proceso.
- Se resalta la gestión y organización documental en el área de mercadeo y venta de servicios, sin embargo es importante continuar con la eficiencia de la aplicación de la tabla de Retención Documental para conseguir el ideal según dicta la norma para la gestión documental.

	
ELABORADO POR	APROBADO POR

	EVALUACION DE CONTROL INTERNO DE GESTION	CODIGO: CI-FO-007
		VERSION:1
	ENCUESTA SATISFACCION AUDITORIA INTERNA	FECHA: JUN 2021
		PAGINA 1 de 1

“Con el objeto de mejorar continuamente la gestión de auditorías internas integrales y de conocer la percepción de las personas entrevistadas sobre la calidad de las mismas, la Oficina de Control Interno desea conocer sus opiniones evaluativas de esta actividad”.

Por favor diligencie la siguiente encuesta:

1. DATOS GENERALES:						
FECHA DE LA EVALUACIÓN	Día	03	Mes	04	Año	2022
PROCESO AUDITADO						MESES DE Y CONTRATACION
NOMBRE DEL EVALUADOR						

Escala de calificación: 4 = Excelente, 3 = Bueno, 2 = Regular y 1 = Deficiente.

2. EVALUACIÓN DE LA AUDITORIA:				
ASPECTOS A EVALUAR	CALIFICACIÓN			
	E	B	R	D
2.3 Enfoque dado a la auditoria.		X		
2.4 Calificación del desarrollo de la auditoria en términos generales			X	

3. EVALUACIÓN DEL EQUIPO AUDITOR:				
ASPECTOS A EVALUAR	CALIFICACIÓN			
	E	B	R	D
3.1 Cumplimiento de los tiempos programados para el desarrollo de la auditoria.	X			
3.2 Claridad y coherencia de las preguntas realizadas durante la entrevista.	X			
3.3 Ambiente generado durante el desarrollo de la auditoria (respeto, confianza, amabilidad).	X			
3.4 Conocimiento sobre la gestión y funcionamiento del proceso.	X			
3.5 Capacidad de análisis y observación del proceso auditado.	X			
3.6 Claridad en la explicación de los resultados la auditoria.	X			

4. OBSERVACIONES Y/O SUGERENCIAS: