

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:
Incrementar la capacidad para responder a los requerimientos de la Policía Nacional, sector defensa y entidades del Estado.
Incrementar la credibilidad y confianza de nuestros clientes.
Fidelizar los clientes externos de los negocios de la Entidad.
Incrementar la comercialización de productos y servicios en el país.

OBJETIVO PROCESO:
Direccional y gestionar el mercadeo y las comunicaciones con clientes y partes interesadas, a través del desarrollo de estrategias efectivas para que permitan el crecimiento y posicionamiento del Fondo Rotatorio de la Policía.

CONTEXTO ESTRATÉGICO		IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO					ANÁLISIS Y VALORACIÓN DEL RIESGO INICIAL (Inherente)		DISEÑO DE CONTROLES				ANÁLISIS Y EVALUACIÓN DE CONTROLES							ANÁLISIS Y VALORACIÓN DEL RIESGO FINAL (Residual)			SEGUIMIENTO Y REVISIÓN							
FACTOR EXTERNO (AMENAZA)	FACTOR INTERNO (DEBILIDAD)	No.	NOMBRE DEL RIESGO	DESCRIPCIÓN	CLASIFICACIÓN	CAUSAS	CONSECUENCIAS O EFECTOS POTENCIALES	CALIFICACIÓN ANTES DE CONTROLES		ACTIVIDAD DE CONTROL	CLASE DE CONTROL (PREVENTIVO o DETECTIVO)	FECHA INICIAL	FECHA FINAL	CALIFICACIÓN DISEÑO DEL CONTROL		EJECUCIÓN DEL CONTROL	SOLIDEZ INDIVIDUAL DEL CONTROL			SOLIDEZ DEL CONJUNTO DE CONTROLES		CALIFICACIÓN DESPUÉS DE CONTROLES		ZONA DE RIESGO	OPCIONES DE TRATAMIENTO	INDICADOR	PERIODICIDAD	DESCRIPCIÓN SEGUIMIENTO O EVALUACIÓN	RESPONSABLE	
								PROBABILIDAD	IMPACTO					CRITERIOS DE EVALUACIÓN	VALOR		TOTAL	CALIFICACIÓN DE LA EJECUCIÓN	CALIFICACIÓN SOLIDEZ	TOTAL SOLIDEZ INDIVIDUAL	PROMEDIO CONTROL INDIVIDUAL	PROMEDIO TOTAL CONTROLES	CALIFICACIÓN SOLIDEZ CONJUNTO DE CONTROLES							PROBABILIDAD
Información manipulada por personal externo a la entidad	Publicar información que ineficiente y errónea	1	Comunicación Suministrada de Manera Inoportuna e Ineficiente al Cliente o Partes Interesadas.	La noticia no se genera oportunamente o la información sea errónea	Comunicación	Dificultades en la obtención de la información clara, veraz y oportuna por parte de la fuente de la noticia	Información incoherente y malos entendidos entre la entidad y partes interesadas	4	4	Extremo	PROPÓSITO DEL CONTROL: potenciar la comunicación interna externa COMO: Implementación mesa de redacción y visitas a los procesos (trabajo de campo periodístico) para cubrir las noticias PERIODICIDAD DE APLICACIÓN: mensual QUIEN EJECUTA: Subdirector Operativo y Coordinador Grupo Mercadeo y Comunicaciones REGISTRO: acta de reunión	Preventivo	02/01/2020 03/02/2020 02/03/2020 01/04/2020 04/05/2020 01/08/2020 01/07/2020 03/08/2020 01/09/2020 01/10/2020 03/11/2020 01/12/2020	31/01/2020 28/02/2020 31/03/2020 30/04/2020 29/05/2020 30/06/2020 31/07/2020 28/08/2020 30/09/2020 30/10/2020 27/11/2020 22/12/2020	¿Asignación del responsable? Asignado (15) ¿Segregación y autoridad del responsable? Adecuado (15) ¿Periodicidad? Oportuno (15) ¿Propósito? Prevenir (15) o Detectar (10) ¿Cómo se realiza la actividad de control? Confiable (15) ¿Qué pasa con las observaciones o desviaciones? Se investigan y resuelven (15) ¿Evidencia ejecución del Control? Completa (10) o Incompleta (5)	15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 15 10	100	Fuerte	Fuerte	100	100	100	Fuerte	2	3	Moderado	Reducir	N/A	En autoevaluación y revisión por la dirección de la vigencia 2019 se determina la necesidad de modificar, actualizar o mantener en las mismas condiciones los factores de riesgos, si fue materializado en el periodo, si es necesario la apertura de investigaciones disciplinarias.	Coordinador Grupo Mercadeo y Comunicaciones
Información insuficiente sobre temas investigación mercados.	Información con poco sustento para toma de decisiones	3	Investigaciones de mercado con información insuficiente para la toma de decisiones de la Alta Dirección	No asesorar de manera clara a la Alta Dirección para la toma de decisiones por medio de la investigación de mercados	Operativo	Las estrategias o sugerencias de mercado no son las mas adecuadas para la investigación de mercados	Gastos Innecesarios para la Entidad.	4	5	Extremo	PROPÓSITO DEL CONTROL: Coadyuvar a la toma de decisiones de la Alta Dirección. COMO: Verificar y analizar las propuestas de investigaciones de mercado. PERIODICIDAD DE APLICACIÓN: anual QUIEN EJECUTA: Coordinador Grupo Mercadeo y Comunicaciones REGISTRO: informe	Preventivo	02/01/2020	22/12/2020	¿Asignación del responsable? Asignado (15) ¿Segregación y autoridad del responsable? Adecuado (15) ¿Periodicidad? Oportuno (15) ¿Propósito? Prevenir (15) o Detectar (10) ¿Cómo se realiza la actividad de control? Confiable (15) ¿Qué pasa con las observaciones o desviaciones? Se investigan y resuelven (15) ¿Evidencia ejecución del Control? Completa (10) o Incompleta (5)	15 15 15 15 15 15 15 10	100	Fuerte	Fuerte	100	100	100	Fuerte	2	4	Alto	Reducir	N/A	En autoevaluación y revisión por la dirección de la vigencia 2019 se determina la necesidad de modificar, actualizar o mantener en las mismas condiciones los factores de riesgos, si fue materializado en el periodo, si es necesario la apertura de investigaciones disciplinarias.	Coordinador Grupo Mercadeo y Comunicaciones
Información insuficiente sobre temas investigación mercados.	Información con poco sustento para toma de decisiones	3	Investigaciones de mercado con información insuficiente para la toma de decisiones de la Alta Dirección	No asesorar de manera clara a la Alta Dirección para la toma de decisiones por medio de la investigación de mercados	Operativo	Falta de conocimiento de los funcionarios para realizar investigaciones de mercados.		4	5	Extremo	PROPÓSITO DEL CONTROL: Coadyuvar a la toma de decisiones de la Alta Dirección. COMO: Coordinar capacitaciones virtuales y/o presenciales. PERIODICIDAD DE APLICACIÓN: Semestral QUIEN EJECUTA: Coordinador Grupo Mercadeo y Comunicaciones REGISTRO: Acta	Preventivo	02/01/2020	22/12/2020	¿Asignación del responsable? Asignado (15) ¿Segregación y autoridad del responsable? Adecuado (15) ¿Periodicidad? Oportuno (15) ¿Propósito? Prevenir (15) o Detectar (10) ¿Cómo se realiza la actividad de control? Confiable (15) ¿Qué pasa con las observaciones o desviaciones? Se investigan y resuelven (15) ¿Evidencia ejecución del Control? Completa (10) o Incompleta (5)	15 15 15 15 15 15 15 10	100	Fuerte	Fuerte	100	100	100	Fuerte	2	4	Alto	Reducir	N/A	En autoevaluación y revisión por la dirección de la vigencia 2019 se determina la necesidad de modificar, actualizar o mantener en las mismas condiciones los factores de riesgos, si fue materializado en el periodo, si es necesario la apertura de investigaciones disciplinarias.	Coordinador Grupo Mercadeo y Comunicaciones

Firmas:

ACORDADO: LUCIA HERNANDEZ BENAVIDES
Funcionaria Grupo Mercadeo y Comunicaciones
Elaboró

Coronel LUCIA HERNANDEZ BENAVIDES
Jefe Oficina Asesora de Planeación
Vs. Bo.

Información: JORGE Y PRISTO CARDOZO
Coordinador Grupo Mercadeo y Comunicaciones (E)
Revisó

Coronel JOSÉ MANUEL ORTIZ MENESES
Subdirector Operativo
Revisó

Coronel JOSÉ IGNACIO VÁSQUEZ RAMÍREZ
Director General
Aprobó