



OBJETIVO PROCESO:

Definir estrategias de mercado y comunicaciones para el fortalecimiento de las líneas de negocio, como eje transversal que posibilita la credibilidad de los clientes y partes interesadas.

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS:

C2. Incrementar la credibilidad y confianza de nuestros clientes, PI2 aumentar los clientes institucionales, PI3 ampliar el portafolio de productos y servicios.

ACTOS DE CORRUPCIÓN

CONTEXTO ESTRATÉGICO (Condiciones económicas, sociales, culturales, políticas, ambientales, tecnológicas, Salud y Seguridad en el Trabajo)		IDENTIFICACIÓN DEL RIESGO				ANÁLISIS DEL RIESGO INICIAL (inherente)		VALORACIÓN DEL RIESGO (residual)										ACCIONES DE MITIGACIÓN				SEGUIMIENTO Y REVISIÓN									
FACTOR EXTERNO (AMENAZA)	FACTOR INTERNO (DEBILIDAD)	CAUSAS	NOMBRE DEL RIESGO	DESCRIPCIÓN	CLASIFICACIÓN	CONSECUENCIAS O EFECTOS POTENCIALES	CALIFICACIÓN ANTES DE CONTROLES		TIPO IMPACTO	EVALUACIÓN ZONA DE RIESGO	MEDIDAS DE RESPUESTA	NOMBRE DEL CONTROL EXISTENTE	CALIFICACIÓN DEL CONTROL	EVALUACIÓN				VALORACIÓN		NUEVA CALIFICACIÓN		ZONA DE RIESGO	OPCIONES DE MANEJO	ACCIONES	FECHA INICIAL	FECHA FINAL	RESPONSABLE	INDICADOR	PERIODICIDAD	DESCRIPCIÓN SEGUIMIENTO O EVALUACIÓN	RESPONSABLE
							PROBABILIDAD	IMPACTO						SI	NO	TOTAL	CLASE DE CONTROL (PREVENTIVO o CORRECTIVO)	ESCALA AFECTADA (PROBABILIDAD o IMPACTO)	PROBABILIDAD	IMPACTO											
Difusión de comunicados no verificados de fuentes externas.	Falla en los sistemas de comunicación	Falta de tecnología para el desarrollo de los sistemas de comunicación interna y externa.	El sistema de comunicación. Ineficaz e inoportuno	Resultados por debajo del 100% en los diferentes planes de la entidad.	Imagen	Deterioro de la imagen de la entidad con nuestros clientes internos y externos.	2	3	Credibilidad e Imagen	6. Zona de riesgo moderado	Reducir el riesgo	Procedimiento de comunicación interna y externa	¿Existen manuales instructivos o procedimiento para el manejo del control? (15)	15				85	Preventivo	Impacto	2	2	4. Zona de riesgo baja	Reducir el riesgo	Realizar diagnóstico de la comunicación interna y externa, y generar acciones y que permitan su fortalecimiento. Evidencia informe.	01/01/2018 01/07/2018	30/06/2018 28/12/2018	Coordinador Grupo Mercadeo y Comunicaciones	Semestral	En la autoevaluación 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

