



**CENTRO DE DIAGNÓSTICO**

***AUTOMOTOR* DE NARIÑO LTDA**

NIT. 800.206.629-1

Habilitado Ministerio de Transporte Res. 3678/2007, Res. 5909/2007 y Res. 11102/2012

# **CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE NARIÑO LTDA**

## **SEGUIMIENTO PLAN DE ACCION**

### **1º TRIMESTRE 2025 ENERO A MARZO**

*En Centro de Diagnóstico Automotor de Nariño Limitada contamos con acreditación ONAC, vigente a la fecha,  
con código de acreditación 09-OIN-030 bajo la norma ISO/IEC 17020:2012*

*Dirección: Calle 19A 42-50 Barrio Pandiaco - Pasto - Nariño*

*Teléfonos (2)7313636 - (2)7313638 - Celular: 3188480824 - 3182431730 - 3185481134*

*Correo electrónico: [cdanarlttda@gmail.com](mailto:cdanarlttda@gmail.com) - [www.cdanar.gov.co](http://www.cdanar.gov.co) pág. 1*



# **CENTRO DE DIAGNÓSTICO AUTOMOTOR DE NARIÑO LTDA**

NIT. 800.206.629-1

Habilitado Ministerio de Transporte Res. 3678/2007, Res. 5909/2007 y Res. 11102/2012

## **Introducción**

El presente documento tiene como finalidad realizar el seguimiento al Plan de Acción de la Oficina de Control Interno del Centro de Diagnóstico Automotor de Nariño Ltda., correspondiente al primer trimestre del año 2025, comprendido entre los meses de enero a marzo.

El seguimiento al plan de acción constituye una herramienta clave para evaluar el nivel de ejecución de las actividades programadas, así como para identificar avances, rezagos, desviaciones y oportunidades de mejora en los procesos institucionales. Esta labor tiene como propósito fortalecer la cultura de la autoevaluación, la mejora continua y la transparencia en la gestión administrativa, técnica y operativa del Centro.

En este sentido, el documento recoge de forma sistemática los principales hallazgos identificados en la información recopilada por la Oficina de Control Interno. Se presenta además el análisis del cumplimiento de metas, el grado de avance en la implementación de las acciones, la verificación de evidencias y las observaciones realizadas por la instancia de seguimiento.

## **2. Objetivos del Seguimiento**

- Verificar la ejecución de las actividades programadas en el plan de acción.
- Evaluar el avance de las acciones correctivas y de mejora.
- Analizar el impacto de las auditorías internas y evaluaciones al SCI.
- Proponer ajustes oportunos que fortalezcan el Sistema de Control Interno.

## **3. Metodología**

El seguimiento se realiza a partir de la revisión documental, entrevistas con responsables de procesos, verificación de evidencias y análisis de los porcentajes de avance declarados en cada actividad.



## EXCELENCIA OPERATIVA

### 1. OBJETIVO: IMPLEMENTAR UN SISTEMA DE EVALUACIÓN Y MONITOREO DE LA PRODUCTIVIDAD EN LAS OPERACIONES DEL CDA

ESTRATEGIA	INDICADORES DE DESEMPEÑO Y PRODUCTIVIDAD	
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar y aplicar KPI que midan la eficiencia operativa.</li> <li>Generar reportes mensuales de productividad y oportunidades de mejora.</li> </ul>	
INDICADOR	Total, de minutos empleados en RTMyEC / Número de vehículos inspeccionados.	
META	Sistema de evaluación y reportes implementado.	
ENERO A MARZO 2024		ENERO A MARZO 2025
40 minutos / 1126 vehículos atendidos = 3.55		40 minutos/ 1392 vehículos atendidos = 2.87
<b>Observaciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>La fuente de los tiempos utilizados en el cálculo proviene de una estimación verbal del jefe de pista, por lo tanto, los datos no tienen respaldo técnico comprobable y no garantizan precisión ni confiabilidad.</li> <li>La comparación entre las dos vigencias muestra un aumento en la productividad (más vehículos atendidos en igual tiempo estimado), lo que podría reflejar mayores ingresos para el CDA si la información fuera validada con datos reales.</li> <li>Sin embargo, la ausencia de registros formales del tiempo real de revisión limita el análisis técnico y dificulta una toma de decisiones basada en evidencia.</li> </ul>		
<b>Recomendaciones:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Implementar un sistema de medición y registro digital que capture automáticamente la hora de ingreso y finalización de cada RTMyEC.</li> <li>Validar periódicamente los tiempos reales empleados por tipo de vehículo para mejorar la precisión del indicador.</li> <li>Establecer como obligatorio el respaldo documental o digital de todos los datos usados para reportes e indicadores.</li> <li>Analizar conjuntamente productividad y calidad, para evitar que un aumento en la cantidad de vehículos atendidos comprometa el cumplimiento técnico de la revisión.</li> </ol>		
ESTRATEGIA	INDICADORES DE DESEMPEÑO Y PRODUCTIVIDAD	

<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar y aplicar KPI que midan la eficiencia operativa.</li> <li>Generar reportes mensuales de productividad y oportunidades de mejora.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	<b>(Vehículos atendidos dentro del tiempo estándar / Total de vehículos atendidos) × 100</b>
<b>META</b>	Sistema de evaluación y reportes implementado.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>El tiempo estándar de atención se encuentra definido en la NTC 5385:2011, el cual depende de la Capacidad Efectiva de Revisión (CER) del centro.</li> <li>Para el CDA de Nariño, según datos operativos: <ul style="list-style-type: none"> <li>En una hora se revisan aproximadamente: 2 vehículos pesados o 5 vehículos livianos.</li> <li>En pruebas recientes, se registró una atención de 2 pesados y 1 liviano en una hora, lo cual excede la capacidad teórica definida en la norma.</li> </ul> </li> </ul>	
<b>Observaciones:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>No se cuenta con registros confiables sobre la hora de ingreso y finalización de revisión por vehículo, lo cual impide medir con precisión el indicador de eficiencia.</li> <li>Esta ausencia de información es un obstáculo para evaluar si se está cumpliendo con la capacidad efectiva definida por la normatividad técnica.</li> </ul>	
<b>Recomendaciones:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Implementar el registro obligatorio de <b>hora de ingreso y de salida</b> de cada vehículo y motocicleta atendidos.</li> <li>Ajustar el sistema de información del CDA para facilitar el cálculo automático del tiempo real de revisión por unidad.</li> <li>Realizar seguimiento periódico del indicador propuesto para identificar desviaciones operativas y generar planes de mejora.</li> </ol>	





# CENTRO DE DIAGNÓSTICO

## AUTOMOTOR DE NARIÑO LTDA

NIT. 800.206.629-1

Habilitado Ministerio de Transporte Res. 3678/2007, Res. 5909/2007 y Res. 11102/2012

ESTRATEGIA	INDICADORES DE DESEMPEÑO Y PRODUCTIVIDAD
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar y aplicar KPI que midan la eficiencia operativa.</li> <li>Generar reportes mensuales de productividad y oportunidades de mejora.</li> </ul>
INDICADOR	Total, de inspecciones realizadas / Total de días operativos
META	Sistema de evaluación y reportes implementado.
ENERO A MARZO 2025	
<b>PROMEDIO DIARIO DE INSPECCIONES REALIZADAS</b>  <b>1392 INSPECCIONES REALIZADAS / 72 DÍAS = 19.3</b>  <b>CAPACIDAD EFECTIVA POR DÍA</b>  <b>7 vehículos/Hora X 11 Horas = 77 Vehículos/Día</b>  <b>CAPACIDAD EFECTIVA POR 72 DÍAS</b>  <b>77 vehículos/día x 72 días = 5544 inspecciones posibles a realizar</b>  <b>PORCENTAJE DE UTILIZACIÓN</b>  <b>(1392 inspecciones realizadas / 5544 inspecciones posibles a realizar) X 100 = 25.1%</b>	
<b>Capacidad efectiva por hora:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Según la capacidad efectiva registrada (CER), la pista mixta del CDA permite atender: <ul style="list-style-type: none"> <li>2 vehículos pesados</li> <li>1 vehículo liviano</li> <li>4 motocicletas</li> </ul> </li> </ul> <b>→ Total máximo por hora: 7 vehículos (en combinación equivalente)</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>El promedio diario real de inspecciones fue de 19.3 vehículos, mientras que la capacidad efectiva diaria instalada es de 77 vehículos.</li> <li>Esto representa una utilización del 25.1% de la capacidad operativa, lo cual indica una baja eficiencia en el uso de los recursos disponibles (personal, equipos, infraestructura).</li> <li>Aunque el CDA cuenta con una capacidad mixta alta, los niveles de atención actuales no justifican dicha declaración de capacidad ante los entes de control.</li> </ul>	

### RECOMENDACIONES

1. Se debe confirmar que el CDA cuenta con los recursos (técnicos, humanos y físicos) suficientes para sostener la capacidad reportada. Si no es así, se sugiere ajustar el CER a la realidad operativa para evitar compromisos administrativos o sanciones regulatorias.
2. Estudiar el comportamiento de usuarios en la región y buscar estrategias para incrementar el flujo vehicular, como campañas comerciales, alianzas con aseguradoras o jornadas móviles.
3. Verificar si existen demoras, tiempos muertos o cuellos de botella que puedan estar limitando la capacidad de atención, incluso con baja demanda.
4. Establecer un control mensual del porcentaje de utilización de la capacidad efectiva para facilitar la toma de decisiones basadas en datos y evidencias.

ESTRATEGIA	INDICADORES DE DESEMPEÑO Y PRODUCTIVIDAD
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar y aplicar KPI que midan la eficiencia operativa.</li> <li>• Generar reportes mensuales de productividad y oportunidades de mejora.</li> </ul>
INDICADOR	Número de inspecciones realizadas por inspector de línea / Número total RTMyEC trimestrales
META	Sistema de evaluación y reportes implementado.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>EDISON JHAYR CUASPUD TAQUEZ</b> (200 inspecciones realizadas / 1392 RTMyEC realizadas primer trimestre) x 100 = 14.36%	
<b>FERNANDO MUÑOZ ARMERO</b> (677 inspecciones realizadas / 1392 RTMyEC realizadas primer trimestre) x 100 = 48.64%	
<b>MARCO ROSERO VALENCIA</b> (513 inspecciones realizadas / 1392 RTMyEC realizadas primer trimestre) x 100 = 36.86%	
<b>*SEBASTIAN BENAVIDES ARCOS</b> (2 inspecciones realizadas / 1392 RTMyEC realizadas primer trimestre) x 100 = 0.14%	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Fernando Muñoz</b> realizó casi la mitad de las inspecciones del trimestre (48.64%), lo cual sugiere una alta carga de trabajo o mayor disponibilidad frente a sus compañeros.</li> </ul>	



- **Marco Rosero** también tiene una participación significativa (36.86%), indicando un buen nivel de productividad.
- **Edison Cuaspud** tuvo una participación más baja (14.36%), lo cual puede estar dentro de lo aceptable si hubo diferencias en turnos o disponibilidad.
- **Sebastián Benavides** aparece con una participación marginal (0.14%), lo que se debe a ser nuevo en este proceso y empezó en el mes de marzo

#### OBSERVACIONES:

- Los resultados evidencian un desequilibrio en la distribución del trabajo entre los inspectores de línea. En particular, Fernando Muñoz y Marco Rosero concentran el 85.5% del total de revisiones del trimestre, lo cual puede generar una sobrecarga operativa para ellos y afectar el principio de equidad en la gestión del talento humano. Edison Cuaspud, con una participación del 14.36%, presenta una carga significativamente menor, que podría estar relacionada con su disponibilidad o asignación de turnos.
- Respecto al inspector Sebastián Benavides, su participación marginal (0.14%) obedece al hecho de haber ingresado recientemente al equipo y haber iniciado labores a partir del mes de marzo

#### RECOMENDACIONES

1. Revisar y ajustar la asignación de turnos o cargas de trabajo, de modo que los inspectores tengan una participación más equitativa y acorde con su disponibilidad y capacidad operativa.
2. Establecer metas mínimas de productividad individual, que permitan medir el desempeño de cada inspector y activar alertas tempranas ante desviaciones.
3. Implementar un KPI de cumplimiento individual, acompañado de reportes periódicos que faciliten el seguimiento, la mejora continua y la toma de decisiones basada en datos.
4. Documentar las condiciones especiales del personal, como ingresos recientes o ausencias justificadas, para que las cifras reflejen adecuadamente la realidad operativa.

**2. OBJETIVO: MINIMIZAR EL NÚMERO DE VEHÍCULOS RECHAZADOS MEDIANTE ACCIONES PREVENTIVAS**

ESTRATEGIA	REDUCCIÓN DEL PORCENTAJE DE RECHAZOS
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar campañas de marketing enfocados en servicios de revisión preventiva.</li> <li>• Capacitar al personal para ofrecer recomendaciones técnicas de mantenimiento preventivo.</li> </ul>
INDICADOR	(Número de vehículos rechazados / total de vehículos inspeccionados) x 100
META	Reducir el índice de rechazos en inspecciones en un 3%
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>(107 vehículos rechazados / 1392 vehículos inspeccionados) x 100 = 7.68</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b> <p>1. Durante el primer trimestre de 2025, el Centro de Diagnóstico Automotor de Nariño registró un porcentaje de rechazo del 7.68%, lo cual puede considerarse un valor relativamente bajo, especialmente si se compara con estándares históricos del sector. Este resultado podría interpretarse positivamente, ya que refleja un buen estado técnico de los vehículos atendidos o una adecuada orientación previa por parte del CDA a los usuarios.</p> <p>Sin embargo, es importante no asumir que un bajo porcentaje de rechazo siempre es señal de eficiencia, ya que también puede derivarse de fallas en la rigurosidad del proceso de inspección. Por ello, es fundamental complementar este indicador con revisiones cualitativas, auditorías internas y seguimiento a los ítems más frecuentemente aprobados o rechazados.</p>	
<b>RECOMENDACIONES:</b> <p>1. Desagregar el indicador por tipo de vehículo y causa de rechazo, para identificar si hay patrones técnicos que requieren intervención.</p> <p>2. Fortalecer el seguimiento técnico a los inspectores, asegurando que se mantenga un estándar alto y uniforme de exigencia durante la evaluación.</p>	



<b>ESTRATEGIA</b>	<b>REDUCCIÓN DEL PORCENTAJE DE RECHAZOS</b>
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar campañas de marketing enfocados en servicios de revisión preventiva.</li> <li>• Capacitar al personal para ofrecer recomendaciones técnicas de mantenimiento preventivo.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	<b>Numero de campañas preventivas programadas / Numero de campañas preventivas realizadas</b>
<b>META</b>	Reducir el índice de rechazos en inspecciones en un 3%
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>(0 campañas preventivas programadas / 0 campañas preventivas realizadas) x 100 = 0</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>  No se programaron campañas preventivas, lo que imposibilita su ejecución. Esto refleja una desconexión entre la estrategia definida y la gestión operativa. <ul style="list-style-type: none"> <li>• El indicador calculado como una división entre dos ceros carece de valor interpretativo. No permite medir ni el esfuerzo de planificación ni la efectividad de la ejecución.</li> <li>• La falta de acciones concretas para la revisión preventiva podría estar contribuyendo directamente al incumplimiento del objetivo estratégico de reducir rechazos.</li> <li>• No se evidencia seguimiento ni responsables claros para la ejecución de esta línea estratégica.</li> </ul>	
<b>RECOMENDACIONES:</b>  1. Programar metas concretas de campañas preventivas 2. Asignar responsables y recursos para garantizar la ejecución efectiva del plan.	



# CENTRO DE DIAGNÓSTICO AUTOMOTOR DE NARIÑO LTDA

NIT. 800.206.629-1

Habilitado Ministerio de Transporte Res. 3678/2007, Res. 5909/2007 y Res. 11102/2012

ESTRATEGIA	REDUCCIÓN DEL PORCENTAJE DE RECHAZOS
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>Impulsar campañas de marketing enfocados en servicios de revisión preventiva.</li> <li>Capacitar al personal para ofrecer recomendaciones técnicas de mantenimiento preventivo.</li> </ul>
INDICADOR	(Número de vehículos rechazados vigencia actual - Número de vehículos rechazados vigencia anterior / Número de vehículos rechazados vigencia anterior) x 100
META	Reducir el índice de rechazos en inspecciones en un 3%
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
(107 vehículos rechazados vigencia actual - 92 vehículos rechazados vigencia anterior / 92 vehículos rechazados vigencia anterior) x 100 = 16.30	
<b>OBSERVACIONES:</b> <p>2. Hubo un aumento del 16.30% en los vehículos rechazados respecto al año anterior, lo que evidencia que no hay estrategia para tener el efecto deseado.</p>	
<b>RECOMENDACIONES:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Analizar causas del aumento de rechazos (condiciones técnicas comunes, perfiles de usuarios, frecuencia de mantenimiento), para ajustar el enfoque de las campañas y capacitaciones.</li> <li>Fortalecer la articulación entre marketing, operación técnica y atención al cliente, para que las campañas preventivas realmente impacten en la calidad de los vehículos que llegan a revisión.</li> </ol>	

En Centro de Diagnóstico Automotor de Nariño Limitada contamos con acreditación ONAC, vigente a la fecha, con código de acreditación 09-OIN-030 bajo la norma ISO/IEC 17020:2012

Dirección: Calle 19A 42-50 Barrio Pandiaco - Pasto - Nariño

Teléfonos (2)7313636 - (2)7313638 - Celular: 3188480824 - 3182431730 - 3185481134

Correo electrónico: cdanarltlda@gmail.com - [www.cdanar.gov.co](http://www.cdanar.gov.co) pág. 10



ESTRATEGIA	REDUCCIÓN DEL PORCENTAJE DE RECHAZOS
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impulsar campañas de marketing enfocados en servicios de revisión preventiva.</li> <li>• Capacitar al personal para ofrecer recomendaciones técnicas de mantenimiento preventivo.</li> </ul>
INDICADOR	Capacitaciones programadas para el personal/ capacitaciones realizadas
META	Reducir el índice de rechazos en inspecciones en un 3%
ENERO A MARZO 2025	
0 capacitaciones programadas para el personal/ 0 Capacitaciones realizadas = 0	
OBSERVACIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el primer trimestre no se programaron ni se realizaron capacitaciones al personal técnico en relación con la estrategia de reducir el porcentaje de rechazos. El resultado del indicador es 0, lo que refleja inactividad total en este componente clave del plan de acción.</li> <li>• La no programación de capacitaciones evidencia una debilidad en la fase de planeación del plan de acción institucional, lo cual limita el cumplimiento de la estrategia trazada.</li> <li>• Aunque se definió una estrategia clara (reducir rechazos) y un plan de acción específico (capacitar al personal), no se llevaron a cabo actividades que respalden esa intención.</li> <li>• La falta de capacitación puede estar contribuyendo al aumento de los vehículos rechazados, dado que el personal no estaría brindando una asesoría técnica adecuada a los usuarios.</li> </ul>	
RECOMENDACIONES:	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Definir y programar al menos una capacitación trimestral para el personal técnico, enfocada en mantenimiento preventivo, atención al cliente y análisis de fallas frecuentes.</li> <li>2. Asegurar que un encargado que lidere la planeación, ejecución y evaluación de estas capacitaciones.</li> </ol>	

**3. OBJETIVO: MODERNIZAR EL SERVICIO Y MEJORAR LA PERCEPCIÓN DEL CLIENTE**

<b>ESTRATEGIA</b>	INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar un sistema de retroalimentación digital para evaluar la experiencia del cliente en el CDA de Nariño</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	Número de clientes que realizan la encuesta de experiencia / total de clientes atendidos
<b>META</b>	Mejorar la experiencia del cliente en un 10%.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>0 clientes que realizan la encuesta de experiencia / 0 clientes atendidos = 0</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>La estrategia busca promover la innovación tecnológica y la mejora de la experiencia del cliente. El plan de acción propuesto consiste en implementar un sistema digital de retroalimentación para evaluar dicha experiencia en el Centro de Diagnóstico Automotor (CDA) de Nariño, el indicador reportado para el año 2025 muestra que no se ha atendido ningún cliente ni se ha aplicado la encuesta digital, resultando en un indicador de 0%.</li> <li>Este resultado no refleja progreso alguno en la implementación de la estrategia, ni permite evaluar la percepción del cliente ni la calidad del servicio. Más preocupante aún, podría indicar que el sistema de retroalimentación no ha sido puesto en marcha, a pesar de ser el único componente del plan de acción.</li> </ul>	
<b>RECOMENDACIONES:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Implementar y poner en funcionamiento el sistema de encuestas de experiencia digitales o físicas, asegurando su accesibilidad y uso efectivo por parte de los clientes.</li> <li>Garantizar una fuente donde se pueda realizar la recopilación de las encuestas</li> </ol>	



<b>ESTRATEGIA</b>	INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colocar juegos para entretenimiento.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	Satisfacción respecto al entretenimiento/ total de encuestas respondidas
<b>META</b>	Mejorar la experiencia del cliente en un 10%.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>0 satisfacción respecto al entretenimiento/ 0 total de encuestas respondidas = 0</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Esto indica que no se han recolectado datos ni de satisfacción ni de uso del entretenimiento ofrecido. Por tanto, no es posible evaluar la efectividad del plan de acción ni su impacto en la experiencia del cliente.</li> <li>No se han realizado adecuaciones físicas en la infraestructura del CDA para la instalación de juegos de entretenimiento; sin embargo, se han implementado otras alternativas de esparcimiento orientadas a mejorar la experiencia del usuario durante su permanencia en las instalaciones.</li> </ul>	
<b>RECOMENDACIONES:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Establecer una estrategia clara para evaluar la efectividad de las alternativas de entretenimiento implementadas, integrando preguntas específicas en la encuesta de satisfacción del cliente.</li> <li>Considerar en un mediano plazo las adecuaciones físicas necesarias para diversificar y mejorar la oferta de actividades recreativas, en línea con la estrategia de innovación tecnológica y mejora de la experiencia del cliente</li> <li>Incluir la medición de experiencia en la encuesta general del cliente, integrando una sección que abarque aspectos como tiempo de espera, atención recibida y ambiente en sala, incluyendo el entretenimiento como uno de los factores.</li> </ol>	

## 4. OBJETIVO: FORTALECER LA RELACIÓN CON PROVEEDORES Y GARANTIZAR LA CALIDAD EN LOS INSUMOS

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>GESTIÓN DE PROVEEDORES</b>
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Calificar periódicamente a los proveedores en calidad, costos y cumplimiento.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	<b>(pedidos entregados a tiempo/ Total de pedidos solicitados) x 100</b>
<b>META</b>	Consolidar relaciones con proveedores estratégicos e implementar al menos una nueva solución tecnológica.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>(7 pedidos entregados a tiempo/ 7 pedidos solicitados) x 100 = 100%</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Durante el periodo evaluado, los proveedores contratados han cumplido en un 100% con los tiempos de entrega y con los pedidos solicitados. No se presentaron reclamos por calidad ni ajustes por sobrecostos. Esta situación refleja una adecuada gestión contractual y operativa.</li> </ul>	
<b>RECOMENDACIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Continuar con el seguimiento periódico al desempeño de los proveedores mediante verificación de cumplimiento, calidad y costo.</li> </ul>	

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>GESTIÓN DE PROVEEDORES</b>
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Generar informes trimestrales de desempeño.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	<b>(Órdenes de compra recibidas conforme (cantidad y especificaciones) / Órdenes de compra emitidas) x 100</b>
<b>META</b>	Consolidar relaciones con proveedores estratégicos e implementar al menos una nueva solución tecnológica.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>(7 Órdenes de compra recibidas conforme (cantidad y especificaciones) / 7 Órdenes de compra emitidas) x 100 = 100</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>	



<b>ESTRATEGIA</b>	INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Rediseñar el pasillo del CDA de Nariño como la sala de espera alternativa</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	<b>Numero de encuestas de satisfacción realizadas / número de clientes atendidos</b>
<b>META</b>	Mejorar la experiencia del cliente en un 10%.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>0 encuestas de satisfacción realizadas / 1392 clientes atendidos = 0</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Este resultado evidencia que, aunque se atendieron 1392 usuarios durante la vigencia, no se aplicó ninguna encuesta de satisfacción, lo cual impide conocer la percepción de los clientes respecto al rediseño o a cualquier aspecto del servicio.</li> </ul>	
<b>RECOMENDACIONES:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Aplicar de inmediato una encuesta de satisfacción estructurada, que incluya ítems específicos sobre la comodidad, funcionalidad y ambiente de la nueva sala de espera.</li> <li>Designar personal responsable y establecer un procedimiento claro para la aplicación sistemática de encuestas, preferiblemente al cierre del servicio o mediante herramientas digitales (tabletas, códigos QR, formularios).</li> </ol>	

- Durante el primer trimestre de 2025 se realizaron seguimiento al cumplimiento del registro de entradas a almacén, evidenciando que las entregas se hicieron conforme a lo solicitado.

**RECOMENDACIONES:**

- Continuar utilizando los registros de entradas a almacén como evidencia de cumplimiento de los proveedores.

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>GESTIÓN DE PROVEEDORES</b>
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar informes trimestrales de desempeño.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	<b>(Número de acciones correctivas implementadas / total de acciones correctivas recomendadas) x 100</b>
<b>META</b>	Consolidar relaciones con proveedores estratégicos e implementar al menos una nueva solución tecnológica.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>(0 acciones correctivas implementadas / 0 acciones correctivas recomendadas) x 100 = 0</b>	
<p><b>OBSERVACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Durante el primer trimestre de 2025 no se identificaron acciones correctivas, ya que los proveedores cumplieron con los requisitos contractuales establecidos.</li> </ul> <p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Continuar con el seguimiento trimestral al desempeño de los proveedores, y en caso de detectar incumplimientos, documentar y gestionar oportunamente las acciones correctivas.</li> </ul>	



<b>ESTRATEGIA</b>	<b>GESTIÓN DE PROVEEDORES</b>
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Negociar contratos a largo plazo con cláusulas de innovación.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	<b>Número de contratos con cláusulas de innovación / total de contratos firmados</b>
<b>META</b>	Consolidar relaciones con proveedores estratégicos e implementar al menos una nueva solución tecnológica.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>0 contratos con cláusulas de innovación / 28 contratos firmados = 0</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Esto indica que ninguno de los contratos firmados en 2025 ha incluido cláusulas relacionadas con innovación, lo cual evidencia un incumplimiento del plan de acción propuesto y una oportunidad desaprovechada para fomentar la mejora continua y el valor agregado por parte de los proveedores.</li> </ul>	
<b>RECOMENDACIONES:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Diseñar modelos de cláusulas de innovación adaptadas a los tipos de bienes o servicios contratados.</li> </ol>	

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>GESTIÓN DE PROVEEDORES</b>
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar pruebas piloto en herramientas digitales innovadoras</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	<b>Numero de herramientas piloto exitosas / total de herramientas probadas</b>
<b>META</b>	Consolidar relaciones con proveedores estratégicos e implementar al menos una nueva solución tecnológica.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>0 herramientas piloto exitosas / 0 herramientas probadas = 0</b>	



# CENTRO DE DIAGNÓSTICO AUTOMOTOR DE NARIÑO LTDA

NIT. 800.206.629-1

Habilitado Ministerio de Transporte Res. 3678/2007, Res. 5909/2007 y Res. 11102/2012

## OBSERVACIONES:

3. El valor del indicador es 0, debido a que no se probó ninguna herramienta digital innovadora, y, por tanto, tampoco hay pilotos exitosos reportados. Esto sugiere una inacción total frente al plan de acción planteado.

## RECOMENDACIONES:

1. Establecer alianzas estratégicas con otras entidades que ya hayan implementado soluciones tecnológicas exitosas para compartir experiencias y facilitar la adaptación.
2. Revisar la asignación de recursos (tiempo, talento, presupuesto) necesarios para que la prueba de herramientas sea viable y priorizada dentro del proceso de contratación o gestión de proveedores.



## CONFIANZA DE LOS CLIENTES

### 1. OBJETIVO: FORTALECER LA RELACIÓN CON LOS CLIENTES MEDIANTE UN ENFOQUE BASADO EN MÉTRICAS DE CALIDAD EN EL SERVICIO

<b>ESTRATEGIA</b>	OPTIMIZACIÓN DE MÉTRICAS PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Implementar un sistema de retroalimentación digital para medir la satisfacción del cliente después de cada servicio.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	Numero de encuestas de satisfacción realizadas / número de clientes atendidos
<b>META</b>	Incrementar la satisfacción del cliente en un 10%.

#### ENERO A MARZO 2025

**0 encuestas de satisfacción realizadas / 1392 clientes atendidos = 0**

#### OBSERVACIONES:

- Durante el primer trimestre de 2025 no se implementó el sistema digital de encuestas de satisfacción al cliente, por lo que no se aplicaron mediciones. Esta situación impidió obtener insumos clave para evaluar la percepción del servicio prestado.

#### RECOMENDACIONES:

- Dar inicio inmediato a la implementación del sistema de retroalimentación digital para asegurar la captura de la percepción del cliente.

<b>ESTRATEGIA</b>	OPTIMIZACIÓN DE MÉTRICAS PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar resultados trimestralmente para identificar áreas de mejora.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	Total, de tiempo de atención en la RTMYEC / Total de clientes atendidos
<b>META</b>	Incrementar la satisfacción del cliente en un 10%.

#### ENERO A MARZO 2025

#### OBSERVACIONES:

- Durante el primer trimestre de 2025 no fue posible interpretar ni calcular de forma válida el indicador "Total de tiempo de atención en la RTMYEC / Total de clientes atendidos", debido a la ausencia de un sistema que registre los tiempos individuales

o acumulados de atención. Esta situación impide medir el desempeño del proceso y limita la identificación de oportunidades de mejora en la atención al cliente.

**RECOMENDACIONES:**

1. Implementar un sistema, ya sea manual o digital, que permita registrar los tiempos de atención de cada cliente en la RTMYEC. Esto garantizará la disponibilidad de información confiable y continua para calcular el indicador, evaluar el desempeño del servicio y tomar decisiones orientadas a la mejora de la experiencia del usuario.

**2. OBJETIVO: DESTACAR POR CALIDAD EN SERVICIO AL CLIENTE Y POSICIONARSE COMO LÍDER EN EL SECTOR**

ESTRATEGIA	DIFERENCIACIÓN Y PROPUESTA DE VALOR
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar un sistema de agendamiento en línea.</li> </ul>
INDICADOR	Numero de citas asignadas en línea/ total de citas cumplidas
META	Incrementar la lealtad del cliente en un 5%.

**ENERO A MARZO 2025**

**0 citas asignadas en línea/ 0 de citas cumplidas = 0**

**OBSERVACIONES:**

- Durante el primer trimestre de 2025, la empresa adoptó el uso de la herramienta WhatsApp como canal de atención al cliente, lo cual permitió brindar respuestas oportunas y gestionar visitas de manera informal. Sin embargo, no se realizaron asignaciones de citas mediante el sistema de agendamiento en línea, lo que impidió generar datos para evaluar el indicador propuesto.
- Esto evidencia que, aunque la atención fue canalizada por otro medio, la herramienta de agendamiento no ha sido utilizada ni conocida por los clientes, limitando su efectividad como solución de valor diferenciador.

**RECOMENDACIONES:**

1. Iniciar campañas de difusión y capacitación dirigidas a los clientes sobre el uso, beneficios y facilidad del sistema en línea, a través de medios digitales, redes sociales y atención presencial.



<b>ESTRATEGIA</b>	<b>DIFERENCIACIÓN Y PROPUESTA DE VALOR</b>
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ofrecer recordatorios personalizados sobre fechas de vencimiento de la RTMyEC.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	<b>(Clientes que regresaron del periodo anterior / Total de clientes atendidos) × 100</b>
<b>META</b>	Incrementar la lealtad del cliente en un 5%.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>(1108 Clientes que regresaron del periodo anterior / 1392 Total de clientes atendidos) × 100 = 79.59%</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>El resultado de <b>79.59%</b> indica que casi 8 de cada 10 clientes atendidos durante el primer trimestre de 2025 ya habían sido usuarios del servicio en periodos anteriores. Este porcentaje evidencia una alta tasa de fidelización, lo cual sugiere que la estrategia de diferenciación, basada en recordatorios personalizados, ha sido efectiva para promover el retorno de los clientes.</li> <li>Desde una perspectiva de control interno, esta información es valiosa porque permite: Evaluar la eficiencia del canal de comunicación utilizado (mensajes, llamadas, correos, etc.) e Identificar oportunidades para fortalecer el servicio posventa y la trazabilidad de la atención al cliente.</li> </ul>	
<b>RECOMENDACIONES:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Seguir fortaleciendo los mecanismos de recordatorio personalizado, priorizando canales preferidos por los clientes (SMS, WhatsApp, correo electrónico).</li> <li>Realizar encuestas de satisfacción a los clientes recurrentes para identificar factores clave de su retorno.</li> </ol>	

**3. OBJETIVO: FOMENTAR LA CULTURA VIAL A TRAVÉS DE EDUCACIÓN Y SENSIBILIZACIÓN SOBRE MANTENIMIENTO PREVENTIVO**

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN Y EDUCACIÓN VIAL</b>
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Organizar talleres en empresas y comunidades sobre la importancia de la RTMyEC.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	<b>Total, de talleres ejecutados / total de talleres programados</b>
<b>META</b>	Realizar al menos 3 talleres
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>0 talleres ejecutados / 0 talleres programados = 0</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Durante el primer trimestre de 2025 no se programaron talleres, lo que conlleva que no haya ejecución ni datos reales para calcular el indicador. Aunque el valor técnico del indicador es "0", en realidad el resultado refleja una <b>falta de planificación</b>, más que un bajo desempeño operativo.</li> </ul>	
<b>RECOMENDACIONES:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Diseñar una ruta de planificación operativa, incluyendo responsables, cronograma y recursos necesarios para los talleres.</li> </ol>	

<b>STRATEGIA</b>	<b>CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN Y EDUCACIÓN VIAL</b>
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Colaborar con la Subsecretaría de Tránsito y Transporte en jornadas pedagógicas.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	<b>Numero de jornadas pedagógicas realizadas / número de jornadas programadas</b>
<b>META</b>	Realizar al menos 3 talleres
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>0 jornadas pedagógicas realizadas / 0 jornadas programadas = 0</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>	



- El resultado del indicador es "0" debido a que no se programaron jornadas pedagógicas durante el primer trimestre de 2025. Esto impide evaluar el cumplimiento de la estrategia, ya que no se generaron compromisos operativos que permitieran hacer seguimiento a la ejecución.

**RECOMENDACIONES:**

2. Asignar un responsable para la coordinación interinstitucional, con funciones claras de gestión, seguimiento y reporte.

**4. OBJETIVO: INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO DE MOTOCICLETAS**

<b>ESTRATEGIA</b>	INCENTIVAR LA REVISIÓN TÉCNICO-MECÁNICA DE MOTOCICLETAS
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar campañas dirigidas a propietarios de motocicletas destacando los beneficios de la revisión técnico-mecánica.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	Número de campañas dirigidas a motociclistas / total de campañas programadas
<b>META</b>	Incrementar en un 5% el número de usuarios de motocicletas en el CDA.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>0 campañas dirigidas a motociclistas / 0 campañas programadas = 0</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>	
<p>El resultado de 0% evidencia que durante el primer trimestre del año no se diseñaron ni ejecutaron campañas dirigidas específicamente a motociclistas. Esta ausencia de planificación e implementación implica una desconexión entre la estrategia formulada y su ejecución operativa.</p>	
<b>RECOMENDACIONES:</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Diseñar el contenido de las campañas con enfoque diferencial, usando canales y mensajes atractivos para el perfil del motociclista (redes sociales, grupos comunitarios, talleres, etc.).</li> </ol>	

## FORTALECIMIENTO DE ALIANZAS GUBERNAMENTALES

### 1. PROMOVER LA COLABORACIÓN ENTRE EL CDA Y ENTIDADES GUBERNAMENTALES PARA EJECUTAR PROYECTOS CONJUNTOS.

<b>ESTRATEGIA</b>	ALIANZAS ESTRATÉGICAS PÚBLICAS PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar entidades clave como el Gobierno Departamental, Alcaldía Municipal, Subsecretaría de Tránsito y Transporte, entre otros.</li> <li>Establecer mesas de trabajo y convenios interinstitucionales.</li> <li>Participar en eventos y programas de capacitación.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	Cantidad de convenios con entidades gubernamentales
<b>META</b>	Establecer al menos un convenio interinstitucional.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>3 convenios suscritos con entes gubernamentales en el primer trimestre</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>La meta fue superada en un <b>300%</b>, lo que refleja un desempeño destacado en la gestión de relaciones institucionales.</li> </ul>	
<b>RECOMENDACIONES:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Elaborar informes de gestión que evidencien el impacto generado por los convenios en la empresa, con el fin de evaluar no solo su firma, sino también su aplicación práctica y los resultados obtenidos.</li> </ol>	

<b>ESTRATEGIA</b>	ALIANZAS ESTRATÉGICAS PÚBLICAS PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificar entidades clave como el Gobierno Departamental, Alcaldía Municipal, Subsecretaría de Tránsito y Transporte, entre otros.</li> <li>Establecer mesas de trabajo y convenios interinstitucionales.</li> <li>Participar en eventos y programas de capacitación.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	



	Numero de reuniones, mesas de trabajo o eventos interinstitucionales en los que ha participado la entidad
<b>META</b>	Establecer al menos un convenio interinstitucional.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
3 reuniones, mesas de trabajo o eventos interinstitucionales en los que ha participado la entidad	
<b>OBSERVACIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Se ha establecido una participación efectiva en reuniones, mesas de trabajo o eventos interinstitucionales, con resultados concretos (compromisos, proyectos iniciados o acciones acordadas) que contribuyan al desarrollo de proyectos conjuntos.</li> </ul>	
<b>RECOMENDACIONES:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>Crear un sistema de seguimiento que registre las <b>acciones concretas</b> derivadas de las reuniones (acciones, proyectos, o incluso nuevas reuniones programadas).</li> </ol>	

**2. COLABORAR CON TALLERES MECÁNICOS, ASOCIACIONES DE CONDUCTORES Y EMPRESAS LOCALES PARA ESTABLECER CONVENIOS**

<b>ESTRATEGIA</b>	ALIANZAS ESTRATÉGICAS LOCALES PRIVADAS
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar alianzas con talleres mecánicos para que recomienden el CDA.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	((Revisiones del periodo evaluado actual - Revisiones del periodo evaluado del año pasado) / Revisiones del periodo evaluado del año pasado) X 100
<b>META</b>	Incrementar en un 10% las revisiones técnico-mecánica y de emisiones contaminantes (RTMYEC).
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
((1392 - 1126) / 1126) X 100 = 23.62%	
<b>OBSERVACIONES:</b>	

- Durante el primer trimestre de 2025 se logró un incremento del 23.62% en las revisiones técnico-mecánicas respecto al mismo periodo del año anterior. Este resultado supera ampliamente la meta del 10% y sugiere un avance positivo en la captación de nuevos clientes y en la fidelización de los existentes. Sin embargo, se requiere evaluar en qué medida este crecimiento está asociado a las alianzas estratégicas con talleres mecánicos.

### RECOMENDACIONES:

1. Implementar un mecanismo de trazabilidad de clientes referidos por los talleres aliados, como códigos de recomendación o registros cruzados, para medir directamente el impacto de las alianzas en el aumento de revisiones.

<b>ESTRATEGIA</b>	<b>ALIANZAS ESTRATÉGICAS LOCALES PRIVADAS</b>
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Establecer convenios con empresas locales para gestionar revisiones de flotas corporativas.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	<b>Número de empresas satisfechas con el servicio/ total de empresas con convenio establecido</b>
<b>META</b>	<b>Incrementar en un 10% las revisiones técnico-mecánica y de emisiones contaminantes (RTMYEC).</b>
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b>	
<p>n el primer trimestre de 2025 se lograron establecer convenios con ocho entidades municipales y departamentales, pero aún no se ha aplicado ningún mecanismo de evaluación de satisfacción, por lo que el indicador no ha podido ser calculado. Esta situación limita la posibilidad de hacer ajustes en la calidad del servicio ofrecido y de asegurar la sostenibilidad de las alianzas.</p>	
<b>RECOMENDACIONES:</b>	
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Implementar de inmediato un sistema formal de medición de satisfacción (encuesta o formulario digital), con criterios y escala definidos, que permita evaluar el servicio prestado y generar retroalimentación útil para mejorar la atención a las empresas aliadas.</li> <li>2. Agregar un indicador que mida directamente el incremento en las revisiones realizadas a las nuevas empresas.</li> </ol>	



## SOSTENIBILIDAD ORGANIZACIONAL

### 1. INCREMENTAR LA BASE DE CLIENTES MEDIANTE SENSIBILIZACIÓN Y ESTRATEGIAS DE CUMPLIMIENTO NORMATIVO

ESTRATEGIA	APROVECHAMIENTO DE OPORTUNIDADES EN EL MERCADO
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>Diseñar campañas educativas sobre la RTMyEC.</li> <li>Desarrollar estrategias de marketing multicanal.</li> <li>Crear contenidos interactivos educativos y publicaciones informativas.</li> <li>Establecer una línea directa de atención al cliente</li> </ul>
INDICADOR	Numero de campañas realizadas/Número de campañas programadas
META	Captar usuarios que actualmente evaden o no presentan las revisiones técnico-mecánica y de emisiones contaminantes RTMyEC.
ENERO A MARZO 2025	
OBSERVACIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> <li>Durante el primer trimestre de 2025 se ejecutaron dos acciones comunicacionales: la creación y gestión de redes sociales (Facebook e Instagram) y un video institucional proyectado en pantallas públicas en la ciudad de Pasto. Estas actividades, aunque positivas, no hicieron parte de una planificación formal y fueron ejecutadas de manera reactiva. No se estableció previamente un número de campañas programadas, lo cual limita la trazabilidad del cumplimiento del indicador y dificulta la evaluación de la efectividad frente al objetivo estratégico</li> </ul>	
RECOMENDACIONES:	
<ol style="list-style-type: none"> <li>Incluir en el plan operativo del segundo trimestre un cronograma formal de campañas con fechas, objetivos, responsables, medios de difusión y metas esperadas.</li> <li>Implementar un sistema de seguimiento mensual que permita registrar campañas ejecutadas, su alcance y su relación con el número de usuarios que acceden a la RTMyEC.</li> </ol>	

ESTRATEGIA	APROVECHAMIENTO DE OPORTUNIDADES EN EL MERCADO
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseñar campañas educativas sobre la RTMyEC.</li> <li>• Desarrollar estrategias de marketing multicanal.</li> <li>• Crear contenidos interactivos educativos y publicaciones informativas.</li> <li>• Establecer una línea directa de atención al cliente</li> </ul>
INDICADOR	Total, de interacciones (likes, comentarios, Compartidos) / total de impresiones
META	Captar usuarios que actualmente evaden o no presentan las revisiones técnico-mecánica y de emisiones contaminantes RTMyEC.
ENERO A MARZO 2025	
<p><b>OBSERVACIONES:</b></p> <p>Durante el primer trimestre de 2025 se fortalecieron y se reactivaron las fanpages de Facebook (309 seguidores) e Instagram (275 seguidores), partiendo desde cero. Sin embargo, no se suministraron datos completos sobre las interacciones (likes, comentarios, compartidos) ni el número total de impresiones, lo que impide calcular el indicador propuesto. Esta situación limita la capacidad de evaluar la efectividad de las campañas digitales en términos de participación y alcance del público objetivo.</p> <p><b>RECOMENDACIONES:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Monitorear estadísticas completas desde el panel de administración de las redes sociales (Facebook e Instagram), incluyendo: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Total, de impresiones.</li> <li>• Alcance orgánico y pagado.</li> <li>• Interacciones desglosadas (likes, comentarios, compartidos, clics).</li> </ul> </li> <li>2. Definir metas trimestrales realistas de interacción, crecimiento de comunidad y de usuarios en redes.</li> </ol>	



**2. OBJETIVO: PROMOVER LA SOSTENIBILIDAD DEL CDA MEDIANTE FUENTES DE ENERGÍA RENOVABLE**

ESTRATEGIA	INVERSIONES EN ENERGÍA RENOVABLE
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar un estudio técnico y financiero sobre energía renovable.</li> <li>Realizar un plan de inversión en infraestructura sostenible, como paneles solares.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tareas ejecutadas dentro del estudio/Tareas planificadas en el estudio</li> <li>Monto invertido en infraestructura sostenible/ monto total presupuestado</li> </ul>
<b>META</b>	Elaborar y aprobar un plan técnico y financiero para la implementación de energía renovable con el propósito de iniciar la implementación dentro del mismo año; en caso contrario, garantizar su ejecución para el año 2026.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Durante el primer trimestre de 2025, no se ha entregado ni iniciado el estudio técnico y financiero requerido para la formulación del plan de inversión en energía renovable, razón por la cual no es posible evaluar los indicadores definidos. Esta situación representa un riesgo para el cumplimiento de la meta proyectada en el plan de acción, considerando que dicho estudio es un insumo crítico para la toma de decisiones e inversión en infraestructura sostenible.</li> <li>Se recomienda establecer un cronograma claro con responsables y fechas para la elaboración del estudio técnico y financiero, asegurar su entrega antes del segundo trimestre, y definir un indicador de resultado que mida la aprobación del plan dentro del año. Además, se sugiere monitorear posibles riesgos que afecten la ejecución y, si aplica, gestionar oportunamente el proceso contractual para evitar retrasos.</li> </ul>	

**3. OBJETIVO: ASEGURAR EL CUMPLIMIENTO LEGAL PARA DESARROLLAR PROYECTOS SOSTENIBLES**

ESTRATEGIA	OBTENCIÓN DE PERMISOS PARA ENERGÍAS RENOVABLES
<b>PLAN DE ACCIÓN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Realizar un estudio técnico y financiero sobre energía renovable.</li> <li>Realizar un plan de inversión en infraestructura sostenible, como paneles solares.</li> </ul>
<b>INDICADOR</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Numero de especialistas contratados / número de especialistas requeridos</li> <li>Numero de acuerdos establecidos / Número total de entidades gubernamentales</li> </ul>



<b>META</b>	Listar y obtener los permisos necesarios para la implementación de energía renovable.
<b>ENERO A MARZO 2025</b>	
<b>OBSERVACIONES:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Durante el primer trimestre de 2025 no se ha iniciado la contratación de personal especializado ni las gestiones interinstitucionales requeridas para la obtención de permisos, lo cual impide calcular los indicadores definidos. Esta situación compromete el avance del objetivo estratégico, ya que la obtención de permisos depende directamente del desarrollo previo de estudios técnicos y la articulación con entidades gubernamentales.</li> <li>Se recomienda definir con claridad cuántos especialistas se requieren y cuáles entidades deben ser gestionadas, establecer un cronograma de acciones con responsables, e iniciar cuanto antes los trámites necesarios para no retrasar la obtención de permisos dentro de la vigencia.</li> </ul>	

### RESUMEN EJECUTIVO

Durante el primer trimestre de 2025, la Oficina de Control Interno del Centro de Diagnóstico Automotor de Nariño adelantó el seguimiento al plan de acción institucional, evidenciando un cumplimiento parcial del mismo. De un total de 23 actividades programadas, se ejecutaron 12, lo que representa un avance del 52,17%. Si bien se lograron avances importantes como la suscripción de convenios interinstitucionales y un aumento del 23,62% en las revisiones técnico-mecánicas respecto al mismo periodo del año anterior, también se identificaron debilidades significativas en la planeación, registro de evidencias y ejecución de actividades claves como encuestas de satisfacción, campañas preventivas y capacitaciones técnicas. El análisis revela una desconexión entre varias estrategias formuladas y su aplicación operativa, así como una concentración de carga laboral en algunos funcionarios. En consecuencia, se hace necesario fortalecer la gestión por procesos, mejorar la trazabilidad de los indicadores y garantizar la implementación de acciones correctivas para lograr el cumplimiento de los objetivos institucionales propuestos.

### PRICIPALES HALLAZGOS

- Falta de planeación y programación en varias actividades clave.
- Ausencia de evidencias para validar indicadores de gestión.
- Bajo nivel de ejecución de estrategias de capacitación y sensibilización.
- Alta carga de trabajo concentrada en pocos funcionarios.
- .



## RECOMENDACIONES GENERALES

- Fortalecer la programación y registro de actividades desde el inicio del año.
- Asegurar la documentación de evidencias en repositorios oficiales.
- Establecer responsables claros y cronogramas realistas.
- Activar mecanismos de retroalimentación con las áreas operativas.
- Medir y reportar indicadores con fuentes verificables.

## CONCLUSION

El seguimiento al plan de acción correspondiente al primer trimestre de 2025 evidencia avances puntuales en algunas líneas estratégicas, pero también revela importantes desafíos estructurales en la gestión del control interno. Si bien se destacan logros como la formalización de alianzas interinstitucionales y el incremento en la atención de usuarios, persisten limitaciones críticas en la planificación operativa, la medición de indicadores, la ejecución de acciones preventivas y la sistematización de evidencias. Estas debilidades comprometen la trazabilidad de los resultados y la capacidad de tomar decisiones basadas en datos confiables.

Asimismo, se observó una débil articulación entre los objetivos estratégicos formulados y la ejecución efectiva de sus planes de acción, lo cual limita el impacto real de la función de control interno en el mejoramiento continuo de los procesos. Para lograr un desempeño más efectivo, será necesario reforzar la cultura de planeación anticipada, asignar con claridad responsabilidades, adoptar herramientas tecnológicas de seguimiento y promover una mayor integración entre áreas operativas, administrativas y técnicas. Solo así será posible avanzar hacia un Sistema de Control Interno maduro, funcional y alineado con los objetivos institucionales, los principios del MECI y las exigencias de los entes de control.

Se firma a los 12 días del mes de mayo de 2025



**PAULA ANDREA CARVAJAL CASTRO**  
Profesional De Apoyo Oficina De Control Interno