



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

2° TRIMESTRE 2025

ABRIL A JUNIO

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 - 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 segundo trimestre del año 2025, comprendido entre los meses de abril a junio.

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"> Diseñar y aplicar KPI que midan la eficiencia operativa. Generar reportes mensuales de productividad y oportunidades de mejora.
INDICADOR	Total, de minutos empleados en RTMyEC / Número de vehículos inspeccionados.
META	Sistema de evaluación y reportes implementado.
<div> <div>ABRIL A JUNIO 2024</div> <div>ABRIL A JUNIO 2025</div> </div>	
<div> <div> $\left(\frac{35.01 \text{ minutos}}{1049 \text{ vehículos atendidos}} \right) = 0.033$ </div> <div> $\left(\frac{37.38 \text{ minutos}}{1017 \text{ vehículos atendidos}} \right) = 0.036$ </div> </div>	

Cuenta de revisionId Etiquetas de columna			
		0:35:01	0:37:38 Total general
Etiquetas de fila		2024	2025
+ Liviano		695	651
+ Moto		283	288
+ Pesado		71	78
Total general		1049	1017
			2066



Ilustración 1 Tiempo promedio de atención de vehículos (segundo trimestre 2025)
Fuente: Elaboración propia con base en archivo Excel descargado del software del área operativa

Observaciones:

- En cuanto a la información suministrada del sistema operativo Proambiente, se evidencia una variación en el tiempo promedio de atención de 2,37 minutos, pasando de 35,01 minutos en 2024 a 37,38 minutos en 2025. Asimismo, se observa que el número de vehículos inspeccionados fue ligeramente menor. Esto refleja que, durante el segundo semestre, hubo una mayor demora en la atención de los vehículos, situación que resulta preocupante, pues al haberse atendido menos vehículos no debería haberse presentado un incremento en los tiempos. Este comportamiento podría impactar negativamente la productividad general en relación con las proyecciones establecidas.
- Es importante resaltar que el trimestre de **abril a junio** históricamente presenta un bajo número de visitas de vehículos, tendencia que se mantiene desde **2020**, año en que inició la crisis epidemiológica.

Recomendaciones:

- Implementar un seguimiento detallado a los tiempos de inspección y al volumen de vehículos atendidos, con el fin de detectar variaciones tempranas tanto en la demanda como en la eficiencia operativa. Esto permitirá tomar medidas preventivas que aseguren la estabilidad del tiempo promedio (alrededor de 35 minutos) y, al mismo tiempo, mantener o incrementar el número de inspecciones realizadas para cumplir con las proyecciones de productividad

ESTRATEGIA	INDICADORES DE DESEMPEÑO Y PRODUCTIVIDAD
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Diseñar y aplicar KPI que midan la eficiencia operativa. • Generar reportes mensuales de productividad y oportunidades de mejora.
INDICADOR	(Vehículos atendidos dentro del tiempo estándar / Total de vehículos atendidos) × 100
META	(> 85%) Sistema de evaluación y reportes implementado.
ABRIL A JUNIO 2025	

694 vehículos atendidos dentro del tiempo estándar = 68.3%
1017 vehículos atendidos x 100

■ Dentro del tiempo estandar ■ fuera del tiempo estandar

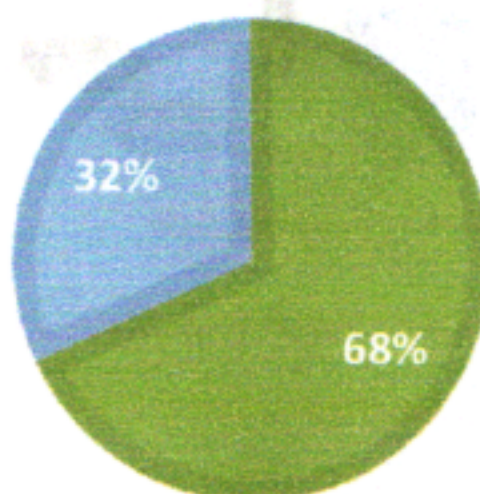


Ilustración 2 Tiempo promedio de atención de vehículos (segundo trimestre 2025) – Fuente: elaboración propia

Observaciones:

- En relación con la información suministrada por el software del área operativa, se observa que, de los 1.017 vehículos atendidos en el segundo trimestre, únicamente el 68,3% fue atendido dentro del tiempo estándar. Este resultado se encuentra por debajo de lo esperado y refleja que casi **4 de cada 10 vehículos no cumplieron con el tiempo establecido**. El indicador confirma un desempeño bajo en este periodo, lo que evidencia la necesidad de revisar de manera urgente los procesos internos con el fin de implementar mejoras que aseguren, en los próximos trimestres, un mayor cumplimiento de los tiempos de atención definidos.

Recomendaciones:

- Fortalecer la vigilancia por parte de los jefes de pista en las revisiones, con el fin de corregir las demoras que llevaron a un incumplimiento la meta del 85%. Asimismo, analizar de manera periódica los resultados y tomar decisiones oportunas sobre los tiempos de la RTMyEC y el estado del sistema con el proveedor, garantizando la optimización del proceso y el incremento de vehículos atendidos dentro del tiempo estándar.

ESTRATEGIA	INDICADORES DE DESEMPEÑO Y PRODUCTIVIDAD
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar y aplicar KPI que midan la eficiencia operativa. Generar reportes mensuales de productividad y oportunidades de mejora.
INDICADOR	Total, de inspecciones realizadas / Total de días operativos
META	Sistema de evaluación y reportes implementado.

ABRIL A JUNIO 2025

PROYECCION PARA SEGUNDO TRIMESTRE 2025: 1317

CONCEPTO	ABRIL	MAYO	JUNIO
VARIACION	95	37	85
R.T.M Y GASES LIVIANO EJECUTADO 2025	193	208	239
R.T.M Y GASES LIVIANOS PROYECTADOS 2025	288	245	324
VARIACION	3	2	6
R.T.M Y GASES PESADO EJECUTADOS 2025	18	18	40
R.T.M Y GASES PESADOS PROYECTADOS 2025	21	16	34
VARIACION	40	49	8
R.T.M Y GASES MOTOS EJECUTADOS 2025	74	106	112
R.T.M Y GASES MOTOS PROYECTADOS 2025	114	155	120
PROYECCION REVISIONES TECNICO MECANICAS 2025	285	332	391

Ilustración 3 Proyección 2025 - Fuente: Área Financiera

Cuenta de placa	Etiquetas de columna	2025	Total general
Etiquetas de fila			
Liviano		651	651
Moto		288	288
Pesado		78	78
Total general		1017	1017

Ilustración 4 Vehículos atendidos segundo trimestre 2025 - Fuente: Elaboración propia

$$\left(\frac{1017 \text{ inspecciones realizadas}}{71 \text{ días operados}} \right) = 14.3 \text{ Inspecciones promedio por día}$$

$$\left(\frac{1017 \text{ vehículos atendidos}}{1317 \text{ vehiculos proyectados}} \right) \times 100 = 77.2 \% \text{ cumplimiento respecto a lo proyectado}$$

OBSERVACIONES:

- En el segundo trimestre, con base en la información suministrada por el software del área operativa y el área financiera, se evidencia que la proyección era de 1.317 vehículos, sin embargo, se realizaron 300 inspecciones menos de lo previsto, lo que representa una disminución significativa respecto a la productividad planificada. El indicador refleja que, pese a contar con un sistema de seguimiento de la productividad, la operación no alcanzó la meta proyectada, registrando un promedio de 14,3 inspecciones diarias, frente a las 18,5 requeridas.
- Cabe resaltar que este comportamiento se mantiene en línea con la tendencia descendente iniciada a raíz de la crisis epidemiológica de 2020. Actualmente, la empresa avanza en un proceso de recuperación progresiva hacia la normalidad en la atención; no obstante, los resultados obtenidos evidencian la necesidad de implementar acciones concretas orientadas a optimizar los recursos y fortalecer los procesos operativos

RECOMENDACIONES

- Diseñar e implementar estrategias de demanda inducida (campañas de recordatorio, alianzas comerciales o incentivos en horarios y días de baja concurrencia) que permitan incrementar el promedio de inspecciones diarias y acercarse a la meta proyectada en cada trimestre, garantizando estabilidad en el volumen de vehículos atendidos y mayor cumplimiento de las proyecciones establecidas.

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"> Impulsar campañas de marketing enfocados en servicios de revisión preventiva. Capacitar al personal para ofrecer recomendaciones técnicas de mantenimiento preventivo.
INDICADOR	(Número de vehículos rechazados / total de vehículos inspeccionados) x 100
META	Reducir el índice de rechazos en inspecciones en un 3%
ABRIL A JUNIO 2024	
ABRIL A JUNIO 2025	

$$\left(\frac{18 \text{ vehículos rechazados}}{1049 \text{ vehículos inspeccionados}} \right) \times 100 = 1.71\% \text{ índice de rechazos}$$

$$\left(\frac{10 \text{ vehículos rechazados}}{1017 \text{ vehículos inspeccionados}} \right) \times 100 = 0.98\% \text{ índice de rechazos}$$

Cuenta de revisionId Etiquetas de columna		2024		Total 2024		2025		Total 2025	Total general
Etiquetas de fila	FALSO	VERDADERO	FALSO	VERDADERO	FALSO	VERDADERO	FALSO	VERDADERO	
Liviano	12	683	695	5	650	655	1350		
Moto	5	278	283	4	287	291	574		
Pesado	1	70	71	1	77	78	149		
Total general	18	1031	1049	10	1014	1024	2073		

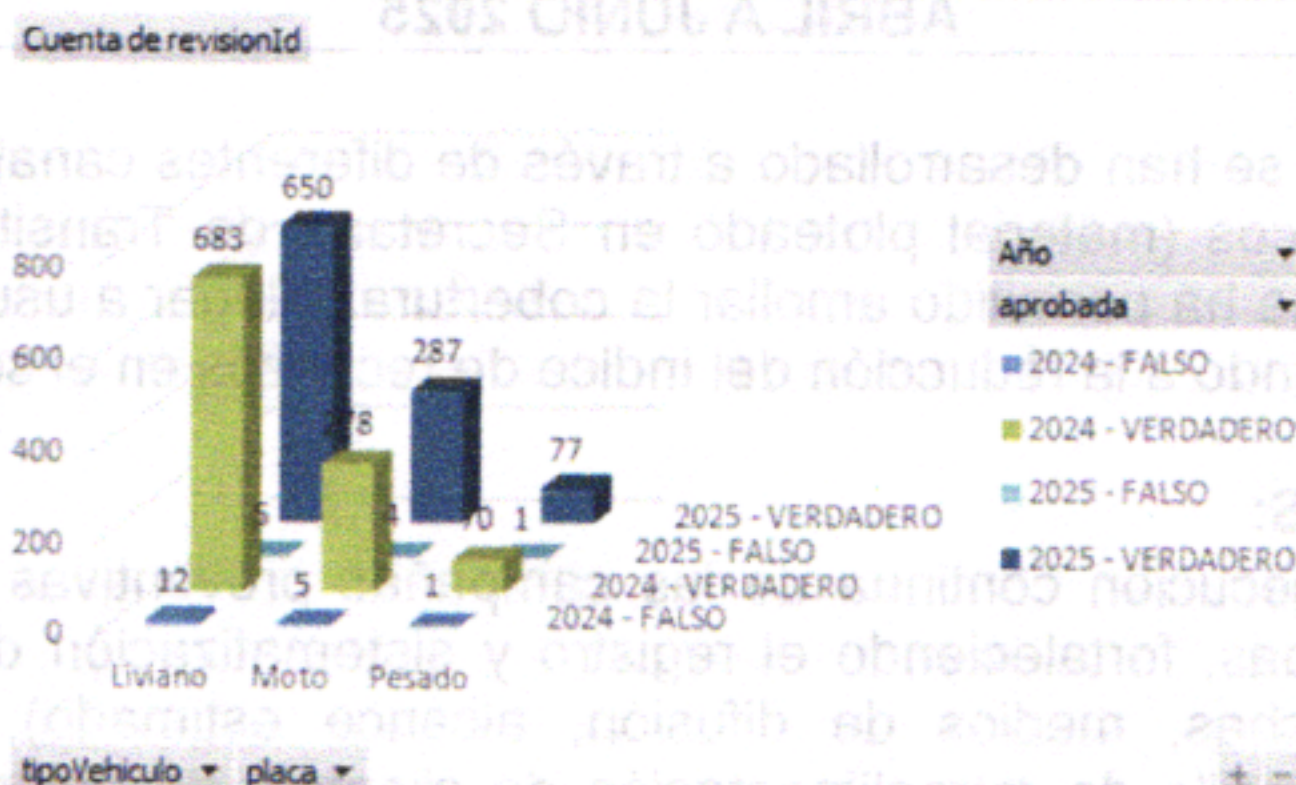


Ilustración 5 índice de rechazos – Fuente: Elaboración propia con base en archivo Excel descargado del software del área operativa

OBSERVACIONES:

- El índice se redujo de 1,71% en 2024 a 0,98% en 2025, lo que representa una disminución del 43% en el número de rechazos. Este avance demuestra el impacto positivo de las campañas de revisión preventiva y la asesoría técnica al usuario, por lo tanto, el indicador en el segundo trimestre refleja un **desempeño sobresaliente**, ya que no solo se cumplió la meta establecida (< 3%), sino que además se logró una mejora significativa entre 2024 y 2025. Esto muestra la eficacia de las estrategias implementadas y la importancia de mantenerlas para consolidar los buenos resultados.

RECOMENDACIONES:

- Mantener y fortalecer las campañas de revisión preventiva y la capacitación técnica al personal, ya que demostraron ser efectivas en la reducción del índice de rechazos. Adicionalmente, se sugiere documentar las causas de los rechazos que aún se presentan, para diseñar acciones preventivas más específicas y continuar disminuyendo el porcentaje en los próximos trimestres.

ESTRATEGIA	REDUCCIÓN DEL PORCENTAJE DE RECHAZOS
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Impulsar campañas de marketing enfocados en servicios de revisión preventiva. Capacitar al personal para ofrecer recomendaciones técnicas de mantenimiento preventivo.
INDICADOR	Numero de campañas preventivas programadas / Numero de campañas preventivas realizadas
META	Reducir el índice de rechazos en inspecciones en un 3%
ABRIL A JUNIO 2025	
OBSERVACIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> Las campañas se han desarrollado a través de diferentes canales —digitales (redes sociales) y físicos (material ploteado en Secretaría de Tránsito y Gobernación de Nariño)— lo que ha permitido ampliar la cobertura y llegar a usuarios que no utilizan internet, aportando a la reducción del índice de rechazos en el segundo trimestre. 	
RECOMENDACIONES:	
<ul style="list-style-type: none"> Mantener la ejecución continua de las campañas preventivas en redes sociales y entidades aliadas, fortaleciendo el registro y sistematización de las actividades ya realizadas (fechas, medios de difusión, alcance estimado), e incorporando un mecanismo sencillo de retroalimentación de clientes, de manera que se garantice evidencia verificable y se pueda demostrar su aporte directo en la reducción sostenida del índice de rechazos. 	

ESTRATEGIA	REDUCCIÓN DEL PORCENTAJE DE RECHAZOS
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Impulsar campañas de marketing enfocados en servicios de revisión preventiva. Capacitar al personal para ofrecer recomendaciones técnicas de mantenimiento preventivo.
INDICADOR	(Número de vehículos rechazados vigencia actual - Número de vehículos rechazados vigencia anterior / Numero de vehículos rechazados vigencia anterior) x 100
META	Reducir el índice de rechazos en inspecciones en un 3%
ABRIL A JUNIO 2025	
$\left(\frac{10 \text{ vehículos rechazados vigencia actual} - 18 \text{ vehículos rechazados vigencia anterior}}{18 \text{ vehículos rechazados vigencia anterior}} \right) \times 100$	

= -44.44% índice de rechazos

OBSERVACIONES:

- En el segundo trimestre de 2025, en cuanto a la información suministrada por el sistema operativo y como se puede evidenciar en Ilustración 6 índice de rechazos, la empresa registró una reducción del 44.44% en vehículos rechazados frente al mismo periodo de la vigencia anterior (de 18 a 10 vehículos). Este resultado supera ampliamente la meta establecida de reducción del 3%, lo que refleja un avance positivo en la implementación de campañas preventivas y en la capacitación del personal.

RECOMENDACIONES:

- Dar continuidad y fortalecer las campañas de prevención y la capacitación al personal, asegurando su sostenibilidad en el tiempo, e incorporar mecanismos de seguimiento a las causas de los rechazos que aún se presentan. De esta manera, se consolidará la mejora alcanzada y se podrán generar acciones más focalizadas para mantener o incluso superar los niveles actuales de desempeño

ESTRATEGIA	REDUCCIÓN DEL PORCENTAJE DE RECHAZOS
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Impulsar campañas de marketing enfocados en servicios de revisión preventiva. Capacitar al personal para ofrecer recomendaciones técnicas de mantenimiento preventivo.
INDICADOR	Capacitaciones programadas para el personal/ capacitaciones realizadas
META	Reducir el índice de rechazos en inspecciones en un 3%
ABRIL A JUNIO 2025	
$\left(\frac{4 \text{ capacitaciones programadas para el personal}}{4 \text{ Capacitaciones realizadas}} \right) \times 100 = 100\%$	

OBSERVACIONES:

- El indicador para el segundo trimestre muestra un desempeño óptimo, ya que se reviso el plan institucional de capacitaciones y la empresa cumplió al 100% con las capacitaciones programadas. Este resultado se relaciona positivamente con la disminución del índice de rechazos, confirmando que la capacitación del personal es un factor clave en la mejora de la eficiencia y la satisfacción del cliente.

RECOMENDACIONES:

- Mantener la ejecución completa del cronograma de capacitaciones, asegurando su continuidad en próximos trimestres.

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

ESTRATEGIA	INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Implementar un sistema de retroalimentación digital para evaluar la experiencia del cliente en el CDA de Nariño
INDICADOR	Número de clientes que realizan la encuesta de experiencia / total de clientes atendidos
META	Mejorar la experiencia del cliente en un 10%.

ABRIL A JUNIO 2025

$$\left(\frac{0 \text{ clientes que realizan la encuesta de experiencia}}{0 \text{ clientes atendidos}} \right) \times 100 = 0\%$$

OBSERVACIONES:

- Durante el primer trimestre de 2025 no se realizó ninguna encuesta a los clientes, debido a que el CDA se encontraba en fase de ajuste y adaptación de recursos. Esto impidió contar con información medible sobre la experiencia del cliente y retrasó el cumplimiento del plan de acción establecido.
- La ausencia de datos de retroalimentación limita la posibilidad de establecer una línea base de satisfacción y evaluar avances en la experiencia del cliente. Si no se activa el sistema de encuestas en el siguiente trimestre, existe un riesgo de incumplimiento de la meta institucional propuesta para la vigencia.

RECOMENDACIONES:

- Implementar de inmediato el sistema de encuestas de experiencia del cliente, asegurando su fácil acceso (digital o físico) y consolidando los resultados en una fuente única, de manera que se establezca una línea base en el próximo trimestre y se pueda avanzar hacia la meta del 10% de mejora en la experiencia del cliente.

ESTRATEGIA	INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Colocar juegos para entretenimiento.
INDICADOR	Satisfacción respecto al entretenimiento/ total de encuestas respondidas
META	Mejorar la experiencia del cliente en un 10%.
ABRIL A JUNIO 2025	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Durante el segundo trimestre de 2025 el CDA avanzó en la mejora de la experiencia del cliente al incorporar una zona Wifi para juegos en línea, periódicos y televisión con canales nacionales e internacionales, acciones que fortalecen la estrategia de innovación tecnológica y generan valor en los tiempos de espera; sin embargo, la encuesta de satisfacción que permitirá medir el impacto de estas iniciativas aún se encuentra en fase de implementación, lo que impide contar con datos numéricos que evidencien el cumplimiento de la meta del 10% de mejora en la experiencia del cliente. 	
RECOMENDACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Finalizar la implementación de la encuesta de satisfacción del cliente, asegurando que incluya el ítem relacionado con los espacios de entretenimiento (zona Wifi para juegos en línea, periódicos y televisión con canales nacionales e internacionales), de manera que se pueda medir el impacto real de estas mejoras y evaluar su aporte al cumplimiento de la meta institucional del 10% en la experiencia del cliente. 	

ESTRATEGIA	INNOVACIÓN TECNOLÓGICA Y MEJORA DE LA EXPERIENCIA DEL CLIENTE
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Rediseñar el pasillo del CDA de Nariño como la sala de espera alternativa
INDICADOR	Numero de usuarios satisfechos/ Numero de usuarios encuestados
META	Mejorar la experiencia del cliente en un 10%.
ABRIL A JUNIO 2025	
$\left(\frac{0 \text{ encuestas de satisfacción realizadas}}{1017 \text{ clientes atendidos}} \right) = 0$	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Durante el segundo trimestre de 2025 no se lograron avances significativos en la medición ni en la mejora de la experiencia del cliente, debido a la no implementación de las encuestas de satisfacción y al retraso en las adecuaciones de infraestructura por el daño ocasionado en el techo por fuertes lluvias y vientos, afectando la infraestructura de la empresa; esta situación limita la generación de una línea base y pone en riesgo el cumplimiento de la meta institucional si no se corrigen oportunamente estas limitaciones 	

RECOMENDACIONES:

- Acelerar la implementación del sistema de encuestas y reprogramar las adecuaciones de infraestructura con un plan de contingencia presupuestal, de manera que se establezca una línea base confiable de percepción del cliente y se mejore la experiencia de servicio, reduciendo el riesgo de incumplir la meta institucional en los próximos trimestres

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

ESTRATEGIA	GESTIÓN DE PROVEEDORES
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Calificar periódicamente a los proveedores en calidad, costos y cumplimiento.
INDICADOR	(pedidos entregados a tiempo/ Total de pedidos solicitados) x 100
META	Consolidar relaciones con proveedores estratégicos e implementar al menos una nueva solución tecnológica.
ABRIL A JUNIO 2025	
$\left(\frac{9 \text{ pedidos entregados a tiempo}}{9 \text{ pedidos solicitados}} \right) \times 100 = 100\%$	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Durante el segundo trimestre de 2025 revisando las plataformas SIA observa y SECOP II y las entradas a almacén, se evidencia que se alcanzó un cumplimiento del 100% en la entrega de pedidos a tiempo (9 de 9), sin reclamos por calidad ni ajustes por sobrecostos. Esto evidencia una adecuada gestión contractual y un fortalecimiento en las relaciones con los proveedores actuales. 	
RECOMENDACIONES: <ul style="list-style-type: none"> • Mantener el cumplimiento en calidad, costos y tiempos de entrega de los proveedores, e impulsar de manera prioritaria la implementación de al menos una solución tecnológica en conjunto con los aliados estratégicos, de forma que se avance no solo en la eficiencia operativa, sino también en la innovación y fortalecimiento de la gestión de proveedores conforme a la meta institucional. 	

ESTRATEGIA	GESTIÓN DE PROVEEDORES
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Generar informes trimestrales de desempeño.
INDICADOR	(Ordenes de compra recibidas conforme (cantidad y especificaciones) / Órdenes de compra emitidas) x 100

META	Consolidar relaciones con proveedores estratégicos e implementar al menos una nueva solución tecnológica.
ABRIL A JUNIO 2025	
$\left(\frac{9 \text{ Ordenes de compra recibidas conforme}}{9 \text{ Órdenes de compra emitidas}} \right) \times 100 = 100\%$	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Durante el segundo trimestre de 2025 se obtuvo un 100% de conformidad en las órdenes de compra recibidas frente a las emitidas (9/9), evidenciando que los proveedores cumplieron en cantidad y especificaciones con lo solicitado. No es necesario generar informes trimestrales, ya que los informes de supervisión elaborados por la gerencia o el líder responsable constituyen un control suficiente. Estos informes recopilan la información necesaria sobre las entregas y permiten analizar de manera integral el desempeño del proveedor, siendo además requisito para el pago. 	
RECOMENDACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Continuar y fortalecer el uso de los informes de supervisión como mecanismo suficiente para verificar entregas y evaluar el desempeño de proveedores, evitando reportes innecesarios. 	

ESTRATEGIA	GESTIÓN DE PROVEEDORES
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Generar informes trimestrales de desempeño.
INDICADOR	(Número de acciones correctivas implementadas / total de acciones correctivas recomendadas) x 100
META	Consolidar relaciones con proveedores estratégicos e implementar al menos una nueva solución tecnológica.
ABRIL A JUNIO 2025	
$\left(\frac{0 \text{ acciones correctivas implementadas}}{0 \text{ cciones correctivas recomendadas}} \right) \times 100 = 100\%$	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Durante el primer trimestre de 2025 no se identificaron acciones correctivas, ya que los proveedores cumplieron con los requisitos contractuales, reflejando un desempeño adecuado en calidad, cantidad y tiempos de entrega. 	
RECOMENDACIONES:	

- Mantener el seguimiento y registro periódico al desempeño de los proveedores, de manera que, en caso de detectarse incumplimientos futuros, las acciones correctivas puedan documentarse, implementarse y verificarse oportunamente.

ESTRATEGIA	GESTIÓN DE PROVEEDORES
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Negociar contratos a largo plazo con cláusulas de innovación.
INDICADOR	Número de contratos con cláusulas de innovación / total de contratos firmados
META	Consolidar relaciones con proveedores estratégicos e implementar al menos una nueva solución tecnológica.
ABRIL A JUNIO 2025	
$\left(\frac{7 \text{ contratos con cláusulas de innovación}}{17 \text{ contratos firmados}} \right) \times 100 = 41.17\%$	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> En cuanto a las cláusulas de innovación, en el segundo trimestre se implementó una meta en uno de los contratos, cuyo objeto contractual consiste en la puesta en marcha de una herramienta tecnológica innovadora dentro del CDA. Esta herramienta permite enviar recordatorios automáticos, a través de WhatsApp, a los clientes cuando está próximo el vencimiento de la RTMyEC, con el propósito de fomentar su fidelización. <p>Adicionalmente, existen seis contratos más que incorporan diversas cláusulas en las que los contratistas asumen obligaciones con acciones innovadoras, superando lo realizado en periodos anteriores y generando beneficios directos para la empresa. Un ejemplo de ello se refleja en los siguientes contratos:</p>	

CÓDIGO CONTRATO	OBJETO CONTRATO	VALOR INC. CONTRATO	TIEMPO EJECUCIÓN	CONTRATISTA	MODALIDAD SELECCIÓN	PROCEDIMIENTO CAUSAL	FECHA REGISTRO CONTRATO	FECHA ACTA INICIO		
OC025-19	LA ADQUISICIÓN DE INSUMOS DE PISTA PARA EL AREA OPERATIVA DEL CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE NARIÑO LTDA	\$24.907.048,45	30	WOTRASA	CONCURSO BIENAL	INVITACIÓN DIRECTA	MANUAL DE CONTRATACIÓN	19/04/2025 10:39:28 p.m.	2025/04/03	 
OC025-13	ADQUISICION DE CELULARES PARA EL AREA ADMINISTRATIVA Y OPERATIVA DEL CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE NARIÑO LTDA	\$2.028.350,00	30	WOTRASA	CONCURSO BIENAL	INVITACIÓN DIRECTA	MANUAL DE CONTRATACIÓN	19/05/2025 9:45:22 p.m.	2025/05/05	 
PS025-19	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES DE MANERA AUTONOMA E INDEPENDIENTE PARA APOYO EN LA ELABORACION Y ACTUALIZACION DE PLANES QUE SON OBLIGATORIOS PARA EL CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE NARIÑO LTDA	\$14.420.000,00	180	WOTRASA	CONCURSO BIENAL	INVITACIÓN DIRECTA	MANUAL DE CONTRATACIÓN	19/05/2025 3:10:04 p.m.	2025/04/14	 
PS025-20	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES PARA EL MANTENIMIENTO PREVENTIVO DE LOS SERVIDORES Y SOPORTE TECNICO DE EQUIPO TECNOLÓGICO	\$2.053.500,00	30	WOTRASA	CONCURSO BIENAL	INVITACIÓN DIRECTA	MANUAL DE CONTRATACIÓN	19/05/2025 4:55:59 p.m.	2025/04/09	 
PS025-21	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES PARA EL IMPLEMENTACION Y SOPORTE TECNICO DEL SOFTWARE CONTABLE	\$11.600.000,00	225	WOTRASA	CONCURSO BIENAL	INVITACIÓN DIRECTA	MANUAL DE CONTRATACIÓN	19/05/2025 10:10:21 p.m.	2025/05/16	 
PS025-22	PRESTAR LOS SERVICIOS PROFESIONALES PARA LLEVAR A CABO LA CAPACITACION AL AREA ADMINISTRATIVA Y OPERATIVA EN CUANTO AL FUNCIONAMIENTO OPERACIONAL DEL CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE NARIÑO LTDA, CONFORME AL PLAN ANUAL DE CAPACITACION VIGENCIA 2025.	\$4.280.000,00	30	WOTRASA	CONCURSO BIENAL	INVITACIÓN DIRECTA	MANUAL DE CONTRATACIÓN	19/05/2025 12:09:25 p.m.	2025/05/03	 
PS025-24	PRESTAR LOS SERVICIOS DE MANERA AUTONOMA E INDEPENDIENTE COMO TECNICO Y/O PROFESIONAL ARCHIVISTO DEL CENTRO DE DIAGNOSTICO AUTOMOTOR DE NARIÑO LTDA	\$12.000.000,00	184	WOTRASA	CONCURSO BIENAL	INVITACIÓN DIRECTA	MANUAL DE CONTRATACIÓN	19/05/2025 8:28:49 p.m.	2025/05/09	 

Ilustración 7 Contratos Firmados Con Innovación Tecnológica - Fuente: Plataforma SIA Observa

RECOMENDACIONES:

- Reforzar las negociaciones con futuros proveedores y lograr que más contratos incluyan compromisos de innovación. Esto permitirá cerrar el año con un avance mucho más sólido frente a la meta institucional.

ESTRATEGIA	GESTIÓN DE PROVEEDORES
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Realizar pruebas piloto en herramientas digitales innovadoras
INDICADOR	Numero de herramientas piloto exitosas / total de herramientas probadas
META	Consolidar relaciones con proveedores estratégicos e implementar al menos una nueva solución tecnológica.
ABRIL A JUNIO 2025	
$\left(\frac{1 \text{ herramientas piloto exitosas}}{1 \text{ herramientas probadas}} \right) = 1$	
OBSERVACIONES:	<ul style="list-style-type: none"> En el segundo trimestre de 2025 se implementó una herramienta piloto consistente en recordatorios vía WhatsApp, la cual resultó exitosa al contribuir a la fidelización de los clientes y a la reducción de riesgos de incumplimiento en la RTMyEC,
RECOMENDACIONES:	<ul style="list-style-type: none"> Mantener y dar seguimiento a la herramienta piloto de recordatorios vía WhatsApp para asegurar su efectividad en la fidelización de clientes.

CONFIANZA DE LOS CLIENTES

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

ESTRATEGIA	OPTIMIZACIÓN DE MÉTRICAS PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Implementar un sistema de retroalimentación digital para medir la satisfacción del cliente después de cada servicio.
INDICADOR	Numero de encuestas de satisfacción realizadas / número de clientes atendidos
META	Incrementar la satisfacción del cliente en un 10%.
ABRIL A JUNIO 2025	
$\left(\frac{0 \text{ encuestas de satisfacción realizadas}}{1017 \text{ clientes atendidos}} \right) = 0$	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Durante el segundo trimestre de 2025, el CDA no implementó las encuestas de satisfacción, por lo que no se obtuvo información sobre la percepción de los clientes frente a la atención recibida. La empresa se encuentra en proceso de validación tanto del cuestionario como de los dispositivos para la aplicación digital, lo que ha retrasado la ejecución del plan de acción. 	
RECOMENDACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Implementar de manera inmediata la encuesta de satisfacción a todos los clientes atendidos, utilizando una prueba piloto si es necesario, para comenzar a recopilar información que permita medir y mejorar la experiencia del cliente 	

ESTRATEGIA	OPTIMIZACIÓN DE MÉTRICAS PARA LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Analizar resultados trimestralmente para identificar áreas de mejora.
INDICADOR	Total, de tiempo de atención en la RTMYEC / Total de clientes atendidos
META	Incrementar la satisfacción del cliente en un 10%.
ABRIL A JUNIO 2024	
$\left(\frac{35.01 \text{ minutos}}{1049 \text{ vehículos atendidos}} \right) = 0.033$	
ABRIL A JUNIO 2025	
$\left(\frac{37.38 \text{ minutos}}{1017 \text{ vehículos atendidos}} \right) = 0.036$	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Como se puede evidenciar en la ilustración 1 del primer indicador se evidencia una inestabilidad en los tiempos promedio de atención durante el segundo trimestre de 	

RECOMENDACIONES:

- Fortalecer las estrategias orientadas a reducir el tiempo de atención promedio por vehículo, implementando acciones como mejoras en la coordinación operativa y un buen manejo de las herramientas tecnológicas en el proceso de la revisión. De esta manera, no solo se mantendría la estabilidad lograda, sino que se impulsaría una reducción progresiva de los tiempos, con un impacto directo en el cumplimiento de la meta de incrementar la satisfacción del cliente en un 10%.

ESTRATEGIA	DIFERENCIACIÓN Y PROPUESTA DE VALOR
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar un sistema de agendamiento en línea.
INDICADOR	Numero de citas asignadas en línea/ total de citas cumplidas
META	Incrementar la lealtad del cliente en un 5%.
ABRIL A JUNIO 2025	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Aunque el agendamiento en línea ya está en marcha, la falta de un registro estructurado de citas asignadas y cumplidas impide medir el indicador y evaluar si la estrategia está generando impacto real en la lealtad del cliente. Esto representa un avance parcial que aún no permite demostrar resultados frente a la meta establecida. 	
RECOMENDACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Implementar de inmediato un sistema de registro (preferiblemente digital y automatizado) que permita diferenciar las citas asignadas en línea de las efectivamente cumplidas. De esta manera, se podrá calcular con precisión el indicador, hacer seguimiento trimestral y tomar decisiones basadas en datos para fortalecer la fidelización de los clientes. 	

ESTRATEGIA	DIFERENCIACIÓN Y PROPUESTA DE VALOR
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Ofrecer recordatorios personalizados sobre fechas de vencimiento de la RTMyEC.
INDICADOR	(Clientes que regresaron del periodo anterior / Total de clientes atendidos) × 100
META	Incrementar la lealtad del cliente en un 5%.
ABRIL A JUNIO 2025	
$\left(\frac{439 \text{ Clientes que regresaron del periodo anterior}}{1017 \text{ Total de clientes atendidos}} \right) \times 100 = 43.16\%$	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> En cuanto a la comparación de los periodos 2024 y 2025 en su segundo trimestre de acuerdo con la información descargada por PROAMBIENTE software operativo en el cual se evidencia el reporte de la RTMyEC de los clientes atendido solo 43,16% de los clientes que regresaron del periodo anterior refleja un nivel de lealtad importante y una base sólida de usuarios recurrentes. Este resultado evidencia que, a pesar de los avances, pero también la necesidad de un seguimiento histórico para medir el impacto real de los recordatorios personalizados. 	
RECOMENDACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Fortalecer el uso de la herramienta de WhatsApp como canal principal para enviar recordatorios personalizados a los clientes sobre el vencimiento de la RTMyEC, complementando con mensajes claros y oportunos que incentiven su regreso. Esta acción permitirá aumentar la tasa de clientes recurrentes y avanzar hacia el cumplimiento de la meta de incrementar la lealtad en un 5%. 	

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

ESTRATEGIA	CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN Y EDUCACIÓN VIAL
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Organizar talleres en empresas y comunidades sobre la importancia de la RTMyEC.
INDICADOR	Total, de talleres ejecutados / total de talleres programados
META	Realizar al menos 3 talleres
ABRIL A JUNIO 2025	
$\left(\frac{0 \text{ talleres ejecutados}}{0 \text{ talleres programados}} \right) = 0$	
OBSERVACIONES:	

- Durante el segundo trimestre de 2025 no se programaron ni ejecutaron talleres de sensibilización, lo que genera un retraso en el cumplimiento de la meta institucional de realizar al menos 3 talleres. Aunque se han adelantado acercamientos con empresas y entes gubernamentales, la ausencia de planificación formal impide mostrar avances concretos y limita el impacto de la estrategia de educación vial.

RECOMENDACIONES:

- Formalizar compromisos con las empresas y entidades contactadas, de manera que los talleres pasen de la fase de intención a la de ejecución. Esto permitirá garantizar el cumplimiento de la meta en los próximos trimestres y dar mayor visibilidad a la estrategia de educación vial.

ESTRATEGIA	CAMPAÑAS DE SENSIBILIZACIÓN Y EDUCACIÓN VIAL
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> • Colaborar con la Subsecretaría de Tránsito y Transporte en jornadas pedagógicas.
INDICADOR	Numero de jornadas pedagógicas realizadas / número de jornadas programadas
META	Realizar al menos 3 talleres
ABRIL A JUNIO 2025	
$\left(\frac{0 \text{ jornadas pedagógicas realizadas}}{0 \text{ jornadas programadas}} \right) = 0$	
<p>OBSERVACIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durante el segundo trimestre de 2025 no se programaron ni ejecutaron jornadas pedagógicas, lo que refleja un avance nulo frente a la meta de realizar al menos 3 talleres. Sin embargo, se han adelantado acercamientos con el Subsecretario de Tránsito y Transporte, y actualmente se está a la espera de una respuesta que permita formalizar la programación. Esto representa una oportunidad de gestión que, si se concreta oportunamente, permitirá retomar el camino hacia el cumplimiento de la meta en los próximos trimestres. 	
<p>RECOMENDACIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Dar seguimiento activo a los acercamientos realizados con el Subsecretario de Tránsito y Transporte, proponiendo una agenda tentativa de jornadas pedagógicas, de esta forma se evitarán más retrasos y se garantizará la ejecución oportuna de las actividades en los próximos trimestres, asegurando el cumplimiento de la meta institucional. 	

4. OBJETIVO: INCREMENTAR LA PARTICIPACIÓN DEL SEGMENTO DE MOTOCICLETAS

ESTRATEGIA	INCENTIVAR LA REVISIÓN TÉCNICO-MECÁNICA DE MOTOCICLETAS
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar campañas dirigidas a propietarios de motocicletas destacando los beneficios de la revisión técnico-mecánica.
INDICADOR	Número de campañas dirigidas a motociclistas / total de campañas programadas
META	Incrementar en un 5% el número de usuarios de motocicletas en el CDA.
ABRIL A JUNIO 2025	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> En el segundo trimestre de 2025 se adelantaron campañas dirigidas a motociclistas a través de redes sociales, lo que constituye un primer paso en la estrategia de sensibilización. Sin embargo, la falta de campañas presenciales o alianzas con empresas que administran motocicletas limita el alcance y la efectividad de la acción, lo que pone en riesgo el cumplimiento de la meta de incrementar en un 5% el número de usuarios motociclistas en el CDA. 	
RECOMENDACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Complementar las campañas digitales con estrategias presenciales en empresas y asociaciones de motociclistas, estableciendo convenios que faciliten la difusión del servicio y los beneficios de la RTMyEC. Esto permitirá ampliar el alcance de la estrategia, generar mayor impacto en el público objetivo y acercarse al cumplimiento de la meta institucional. 	

FORTALECIMIENTO DE ALIANZAS GUBERNAMENTALES

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

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

ABRIL A JUNIO 2025	
3 convenios suscritos con entes gubernamentales en el segundo trimestre	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> El indicador muestra un desempeño positivo en términos de cantidad, ya que se superó la meta establecida. La renovación de convenios existentes y la gestión activa con entidades gubernamentales reflejan relaciones sólidas y un avance consistente en la estrategia de alianzas estratégicas. 	
RECOMENDACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Mantener y fortalecer las relaciones con las entidades gubernamentales actuales, asegurando la continuidad de los convenios existentes, y explorar oportunidades para ampliar la red de alianzas estratégicas que respalden futuros proyectos de la empresa. 	
ESTRATEGIA	ALIANZAS ESTRATÉGICAS PÚBLICAS PARA EL DESARROLLO DE PROYECTOS
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Identificar entidades clave como el Gobierno Departamental, Alcaldía Municipal, Subsecretaría de Tránsito y Transporte, entre otros. Establecer mesas de trabajo y convenios interinstitucionales. Participar en eventos y programas de capacitación.
INDICADOR	Numero de reuniones, mesas de trabajo o eventos interinstitucionales en los que ha participado la entidad
META	Establecer al menos un convenio interinstitucional.
ABRIL A JUNIO 2025	
3 reuniones, mesas de trabajo o eventos interinstitucionales en los que ha participado la entidad	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> El indicador muestra un desempeño positivo, ya que la entidad participó activamente en reuniones y eventos interinstitucionales durante el trimestre, logrando resultados concretos que contribuyen al desarrollo de proyectos y al fortalecimiento de alianzas estratégicas. 	
RECOMENDACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Continuar promoviendo la participación activa en reuniones, mesas de trabajo y eventos interinstitucionales, priorizando aquellos espacios que generen compromisos y resultados concretos, para fortalecer las alianzas estratégicas y avanzar en el desarrollo de proyectos conjuntos. 	

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

ESTRATEGIA	ALIANZAS ESTRATÉGICAS LOCALES PRIVADAS
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Realizar alianzas con talleres mecánicos para que recomienden el CDA.
INDICADOR	((Revisiones del periodo evaluado actual - Revisiones del periodo evaluado del año pasado) / Revisiones del periodo evaluado del año pasado) X 100
META	Incrementar en un 10% las revisiones técnico-mecánica y de emisiones contaminantes (RTMYEC).
ABRIL A JUNIO 2025	
$\left(\frac{1017 \text{ Revisiones del periodo actual} - 1049 \text{ Revisiones del periodo pasado}}{1049 \text{ Revisiones del periodo evaluado del año pasado}} \right) \times 100$ <p style="text-align: center;">= -3.05%</p>	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Como se puede evidenciar en la Ilustración 8 Tiempo promedio de atención de vehículos (segundo trimestre 2025) para el segundo semestre muestra un resultado de -3,05%, lo que evidencia una disminución en el número de revisiones RTMYEC frente al mismo periodo del año anterior. Este comportamiento refleja que las alianzas con talleres mecánicos aún no generan el impacto esperado en el incremento de usuarios, alejando al CDA de la meta de crecimiento del 10% establecida. 	
RECOMENDACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Revisar y fortalecer la estrategia de alianzas con talleres mecánicos, implementando incentivos claros por recomendación, mayor visibilidad de los beneficios para los usuarios y un seguimiento periódico al cumplimiento de los acuerdos. Estas acciones permitirán transformar las alianzas en resultados tangibles y revertir la tendencia negativa observada. 	

ESTRATEGIA	ALIANZAS ESTRATÉGICAS LOCALES PRIVADAS
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Establecer convenios con empresas locales para gestionar revisiones de flotas corporativas.
INDICADOR	Número de empresas satisfechas con el servicio/ total de empresas con convenio establecido
META	Incrementar en un 10% las revisiones técnico-mecánica y de emisiones contaminantes (RTMYEC).
ABRIL A JUNIO 2025	

OBSERVACIONES:

- Durante el segundo trimestre de 2025 no se aplicaron encuestas a las empresas aliadas ni visitantes del CDA, lo que impidió calcular el indicador y medir el nivel de satisfacción de este segmento estratégico. Esta ausencia de información limita la capacidad de evaluar el impacto de los convenios corporativos en el cumplimiento de la meta de incrementar en un 10% las revisiones RTMyEC.

RECOMENDACIONES:

- Implementar de inmediato un mecanismo formal de realizar encuestas a las empresas aliadas, que permita medir su nivel de satisfacción y detectar áreas de mejora. Esto no solo facilitará el cálculo del indicador, sino que también fortalecerá la relación con las empresas y aportará al incremento en el volumen de revisiones corporativas.

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"> Diseñar campañas educativas sobre la RTMyEC. Desarrollar estrategias de marketing multicanal. Crear contenidos interactivos educativos y publicaciones informativas. Establecer una línea directa de atención al cliente
INDICADOR	Numero de interacciones /Total de publicaciones
META	Captar usuarios que actualmente evaden o no presentan las revisiones técnico-mecánica y de emisiones contaminantes RTMyEC.

ABRIL A JUNIO 2025

OBSERVACIONES:

- En el segundo trimestre de 2025 se realizaron acciones comunicacionales (redes sociales y video institucional), que representan un avance en la visibilidad del CDA. No obstante, al no definirse previamente el número de campañas programadas, el indicador no puede medirse con precisión. Esto limita la trazabilidad y dificulta demostrar si las actividades realmente contribuyen al objetivo estratégico de captar usuarios que evaden la RTMyEC.

RECOMENDACIONES:

- Aprovechar al máximo los canales ya implementados (Facebook, Instagram, TikTok y las pantallas públicas) mediante publicaciones periódicas y contenidos prácticos que puedan ser gestionados con el personal existente. Se sugiere priorizar mensajes claros y educativos sobre la importancia de la RTMyEC, reutilizando materiales ya creados y fomentando la interacción con los usuarios. De esta forma, se mantendrá la presencia activa en el mercado sin requerir recursos adicionales.

ESTRATEGIA	APROVECHAMIENTO DE OPORTUNIDADES EN EL MERCADO
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Diseñar campañas educativas sobre la RTMyEC. Desarrollar estrategias de marketing multicanal. Crear contenidos interactivos educativos y publicaciones informativas. Establecer una línea directa de atención al cliente
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.
ABRIL A JUNIO 2025	
OBSERVACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Durante el segundo trimestre de 2025 se logró ejecutar de manera efectiva campañas educativas, contenidos interactivos y estrategias de marketing multicanal que generaron un nivel significativo de interacciones en redes sociales. Esto evidencia que se está cumpliendo con posicionar la RTMyEC en la mente de los usuarios y fortaleciendo la visibilidad de las redes sociales de la empresa. RECOMENDACIONES: <ul style="list-style-type: none"> Para potenciar el impacto de las campañas y lograr que las interacciones en redes sociales se traduzcan en usuarios que efectivamente realicen la RTMyEC, se sugiere complementar las acciones de comunicación con mecanismos de conversión directa, como enlaces a formularios de agendamiento en línea, promociones exclusivas para quienes interactúen con las publicaciones y un sistema de seguimiento que permita identificar a los clientes captados por estas estrategias digitales 	

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

ESTRATEGIA	INVERSIONES EN ENERGÍA RENOVABLE
PLAN DE ACCIÓN	<ul style="list-style-type: none"> Realizar un estudio técnico y financiero sobre energía renovable. Realizar un plan de inversión en infraestructura sostenible, como paneles solares.
INDICADOR	<ul style="list-style-type: none"> Tareas ejecutadas dentro del estudio/Tareas planificadas en el estudio Monto invertido en infraestructura sostenible/ monto total presupuestado
META	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.

ABRIL A JUNIO 2025

OBSERVACIONES:

- Durante el segundo trimestre de 2025 no se avanzó en el estudio ni en la inversión en energía renovable, debido a que los fenómenos naturales (fuertes vientos y lluvias) ocasionaron daños graves en la infraestructura del CDA, específicamente en el techo. Esta situación obligó a destinar recursos no presupuestados a reparaciones, lo cual retrasó la ejecución del plan inicial.

RECOMENDACIONES:

- se recomienda priorizar la de reparación del techo, ya que esta intervención es indispensable para garantizar la seguridad de las instalaciones y, a futuro, viabilizar la implementación de proyectos sostenibles como paneles solares.

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

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

ABRIL A JUNIO 2025

OBSERVACIONES:

- Durante el segundo trimestre de 2025 no se evidenció avance en la contratación de especialistas ni en la gestión de acuerdos con entidades gubernamentales para la obtención de permisos de energías renovables, debido a que los recursos financieros se van a destinar para cubrir reparaciones urgentes del techo ocasionadas por fenómenos naturales. Esta situación generó un ajuste en las prioridades del CDA, postergando temporalmente las acciones relacionadas con proyectos sostenibles.

RECOMENDACIONES

- Priorizar en primera instancia la reparación de la infraestructura con el presupuesto disponible, y posteriormente retomar los trámites legales y técnicos para garantizar que el proyecto sostenible pueda ejecutarse de manera ordenada y dentro de los plazos establecidos.

RESUMEN EJECUTIVO

Durante el segundo trimestre de 2025, la Oficina de Control Interno del Centro de Diagnóstico Automotor de Nariño adelantó el seguimiento al plan de acción institucional, en el cual se evidencia un avance significativo en comparación con el primer trimestre. Se constata el cumplimiento de varias de las acciones proyectadas en el plan; sin embargo, se identifican indicadores que requieren ser fortalecidos y otros que aún no han sido ejecutados, los cuales deberán ser implementados en los trimestres restantes. En aquellos casos en que, por razones de fuerza mayor, no sea posible llevar a cabo las actividades programadas, se deberá justificar de manera clara y documentada la causa que impidió su ejecución.

En relación con las recomendaciones formuladas en el trimestre anterior, se observa un nivel de compromiso por parte de la entidad, reflejado en el inicio de la articulación entre las diferentes estrategias formuladas y su aplicación operativa. Este proceso constituye un avance positivo hacia la integración y coherencia en la gestión institucional.

No obstante, el análisis realizado permite concluir que aún resulta necesario continuar fortaleciendo la gestión por procesos, con el fin de consolidar la eficiencia y la eficacia en el cumplimiento de los objetivos. Finalmente, se debe asegurar la implementación oportuna de acciones correctivas frente a las situaciones detectadas, con el propósito de cumplir de manera efectiva los objetivos institucionales propuestos y garantizar la mejora continua en la gestión organizacional.

PRICIPALES HALLAZGOS

- Falta de poner en ejecución encuestas de satisfacción al cliente.
- Incremento en el tiempo de atención a los clientes.
- Falta fidelización a los clientes de los periodos pasado.
- Falta fortalecer las interacciones en redes sociales

RECOMENDACIONES GENERALES


- Implementar de manera inmediata las encuestas en sala de espera para los clientes.
- Implementar un seguimiento por parte del jefe de pista con los inspectores de línea en cuanto al cumplimiento del tiempo de RTMyEC.
- Buscar estrategias de fidelización a los clientes de los periodos pasados.
- Fortalecer y alimentar las redes sociales.

CONCLUSION

El seguimiento al plan de acción correspondiente al segundo trimestre de 2025 evidencia avances significativos en la implementación de las recomendaciones formuladas en el trimestre anterior. Se destacan los ajustes realizados a los sistemas internos, los cuales han fortalecido la operación financiera y operativa de la entidad. Asimismo, la empresa ha logrado mantener convenios interinstitucionales, consolidando su posicionamiento y generando una referencia positiva en el sector. Pese a que algunos clientes no regresaron con respecto al periodo anterior, se registró la vinculación de nuevos usuarios, lo que refleja una apertura hacia diferentes segmentos de la población que no conocían previamente al CDA. Adicionalmente, se identificaron contratos suscritos que incorporan cláusulas orientadas a la innovación tecnológica, lo que constituye un aporte relevante al cumplimiento de la misión institucional y de los objetivos definidos en el Plan Estratégico 2025-2027, en articulación con la medición de indicadores de gestión.

El análisis también permitió evidenciar aspectos susceptibles de fortalecimiento, tales como la reducción de los tiempos de atención al cliente, la implementación de mecanismos que permitan conocer de manera sistemática la percepción de los usuarios sobre la calidad del servicio y la infraestructura, así como el desarrollo de estrategias más robustas de fidelización. Igualmente, se identificó la necesidad de ampliar la generación de contenidos y la interacción a través de redes sociales. Para alcanzar un desempeño más efectivo, será indispensable atender las recomendaciones formuladas, asignar con claridad las responsabilidades, y consolidar el uso de herramientas tecnológicas de seguimiento que contribuyan a garantizar la sostenibilidad, la mejora continua de los procesos y el cumplimiento de los objetivos institucionales.

Se firma a los 22 días del mes de Julio 2025


PAULA ANDREA CARVAJAL CASTRO
Profesional De Apoyo Oficina De Control Interno



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

CONCLUSIÓN

El seguimiento al plan de acción correspondiente al segundo trimestre del 2025 evidenciará avances significativos en la implementación de las recomendaciones formuladas en el informe anterior, de manera que los ajustes realizados a los sistemas internos, los cuales han fortalecido la operación, han permitido y generado de la entidad, Asistencia, la mejora de los procesos de atención al cliente, mejorando la calidad del servicio y generando un impacto positivo en el sector. Pese a que algunas acciones de registro no se han cumplido en el periodo anterior, se registra la disminución de nuevas vacunas, lo que indica una apuesta hacia otros aspectos importantes de la población que no son el registro, sino la atención. Adicionalmente, se han identificado algunos aspectos que requieren de mejoras en la gestión de la innovación tecnológica, lo que contribuye a la mejora del cumplimiento de la misión y visión de la entidad, lo que se refleja en el Plan Estratégico 2025-2027, en el cual se han identificado los indicadores de gestión.

El análisis también permite evidenciar aspectos asociados al fortalecimiento de tales como la reducción de los tiempos de atención al cliente, la implementación de mecanismos que permitan mejorar la atención al cliente, la mejora de la atención al cliente sobre la calidad del servicio y la implementación de la atención al cliente, las estrategias más robustas de innovación, lo que indica que se han logrado avances en la gestión de la entidad y la mejora de la atención al cliente. Pese a ello, se han identificado algunos aspectos que requieren de mejoras en la gestión de la innovación tecnológica, lo que contribuye a la mejora del cumplimiento de la misión y visión de la entidad, lo que se refleja en el Plan Estratégico 2025-2027, en el cual se han identificado los indicadores de gestión.

Se firma a los 25 días del mes de Julio 2025

PAULA ANDREA GARCÍA CASTRO

Directora General de Asistencia al Cliente

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 pág. 28