



enterritorio

Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.

Avance Plan de Acción Institucional

Marzo 31 de 2024



PROGRAMAS PRIORIZADOS 2024

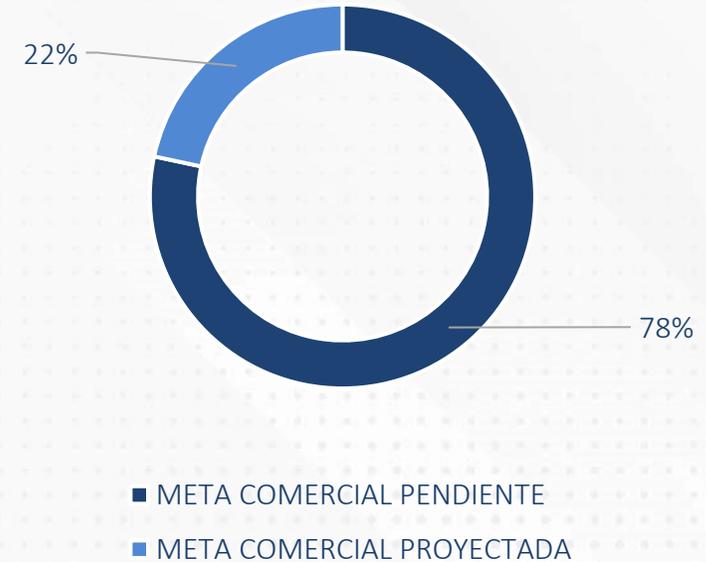
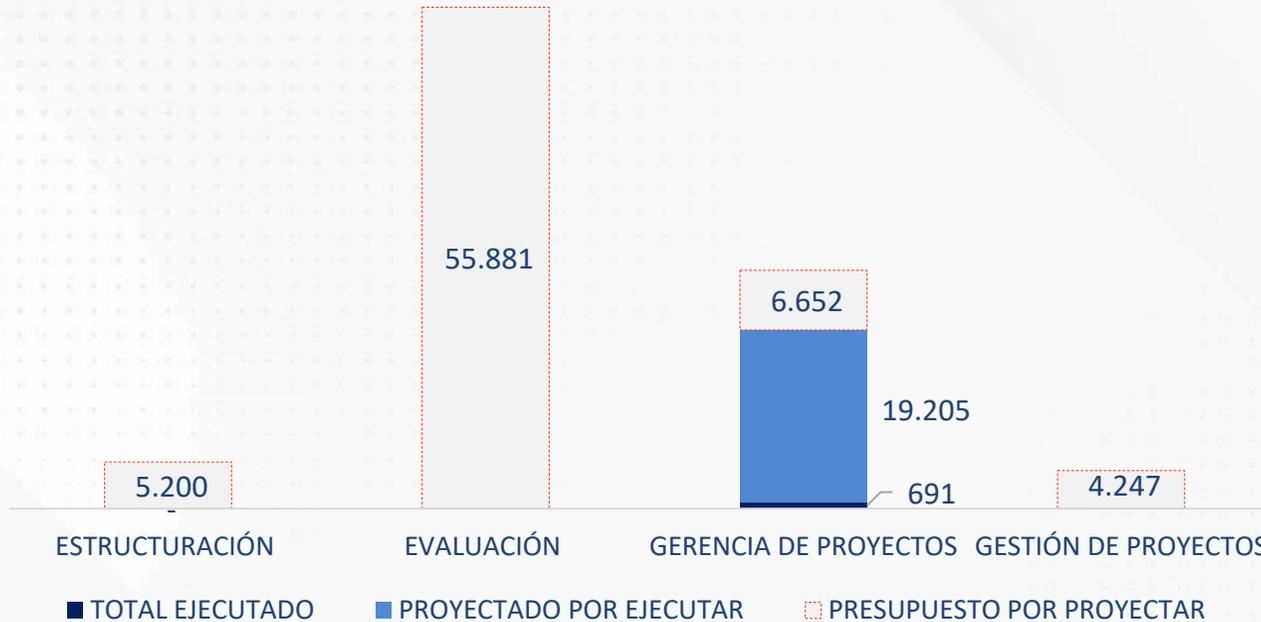


F.1.1 Programa Estructuraciones Sostenibles

INDICADOR	FORMULA	META SUSCRIPCIÓN NUEVOS NEGOCIOS 2024	META PERIODO (Trimestre 1)	REPORTE CUMPLIMIENTO NEGOCIOS FIRMADOS MARZO 2024	Observaciones
Tasa de éxito Estructuraciones Sostenibles	Valor de nuevos negocios referidos a estructuraciones sostenibles / Valor meta de nuevos negocios referidos a estructuraciones sostenibles	\$7.800.000.000	\$1.950.000.000	\$2.680.581.028	Negocio suscrito con ISAGEN en el mes de marzo de 2024 para la estructuración integral del corredor vial la Holanda juanes (Antioquia)
	No. Estructuraciones sostenibles financieramente realizadas al año / No. Total de estructuraciones proyectadas al año	5 Estructuraciones	1 Estructuración	0	
Cumplimiento Meta nuevos Negocios por Estructuración y evaluación de proyectos	Valor de nuevos negocios suscritos por la línea de evaluación / Valor meta de nuevos negocios bajo la línea de negocio de evaluación .	\$39.000.000.000	\$9.750.000.000	\$37.521.621.362	Corresponde a los 5 negocios suscritos con el Ministerio de Vivienda en los meses de marzo y abril de 2024 para la interventoría y supervisión de subsidios para el programa de vivienda del MVCYT

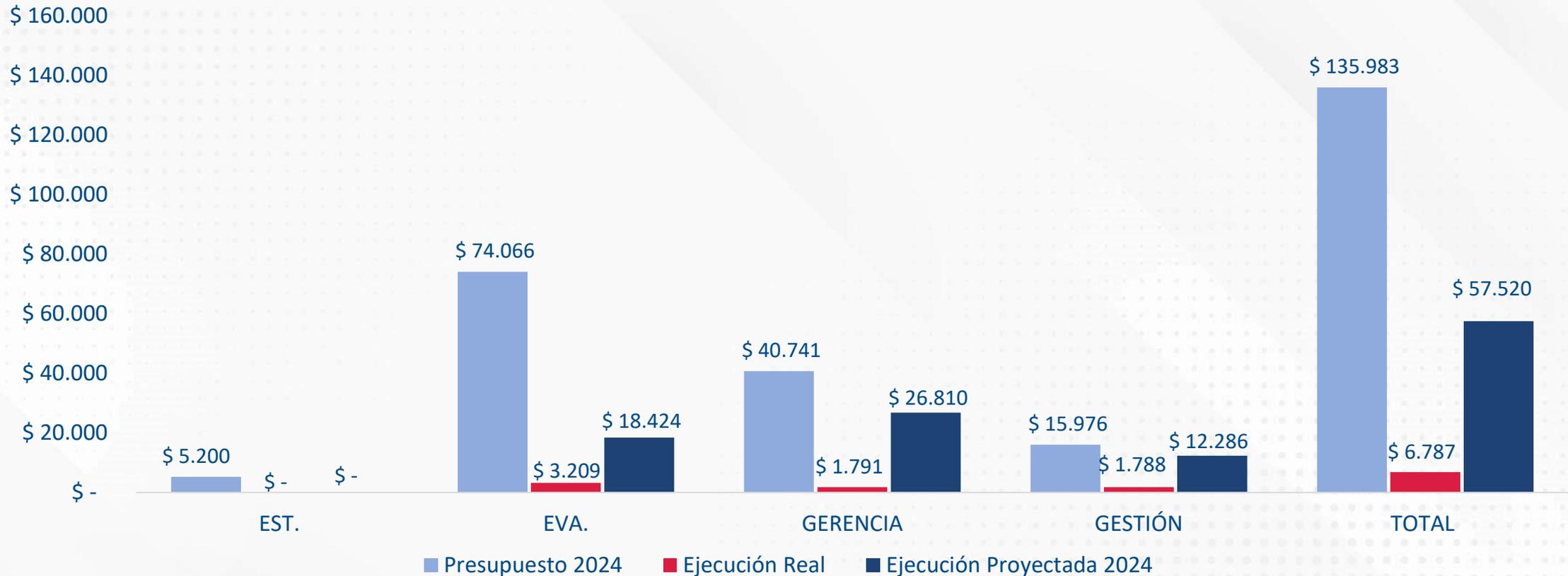
INGRESOS DE META COMERCIAL 2024 POR LINEA DE NEGOCIO

(Cifras Millones COP)



Para la vigencia del 2024 la proyección de meta comercial asciende a \$91,876 millones. El 61% corresponde a Evaluación de proyectos con \$55,881 millones, mientras el 29% corresponde a Gerencia con \$26,548 millones. Estructuración asciende a \$5,200 millones con el 6% y la proyección de Gestión de proyectos contempla un valor de \$4,247 millones con el 5% del total de la meta comercial. A la fecha se tiene proyectada las cuotas de Gerencia de los convenios 223007 – Aerocivil por \$18,316 millones y 223006 – Fondo Paz por \$1,580 millones, del cual ya se ha ejecutado \$691 millones.

CUMPLIMIENTO INGRESOS POR LÍNEAS DE NEGOCIO PRESUPUESTO VS FLUJO DE CAJA (Cifras en millones COP)



Al cierre de la vigencia del 2024 el ingreso de Enterritorio se proyecta terminar en \$57,520 millones, incluida la ejecución real a marzo de \$6,787 millones que representa el 42% de cumplimiento real versus las cifras del presupuesto. Se debe tener en cuenta que a la fecha hace falta proyectar meta comercial por valor de \$71,980 millones.

F.2.2. Programa de Tesorería y Fiducia

01

- Realizar seguimiento al recaudo efectivo de los recursos destinados a los proyectos
- Recaudar mínimo el 90% de la totalidad de recursos estimados

02

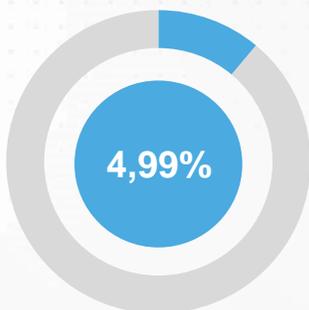
- Maximizar la Rentabilidad obtenida del portafolio de Inversiones – Recursos Propios
- Obtener una rentabilidad promedio \geq 90% FIC's (corte acumulado mensual)

03

- Maximizar la Rentabilidad obtenida del portafolio de Inversiones – Recursos Proyectos
- Obtener una rentabilidad promedio \geq 90% FIC's (corte acumulado mensual)

04

- Estudiar y evaluar la posibilidad de realizar operaciones de inversión que involucren garantías.
- Un (1) documento de conclusiones y recomendaciones



Ingresos

Servicios – Honorarios y Comisiones
Presupuesto \$135.982,6
Recaudo \$6,787,3



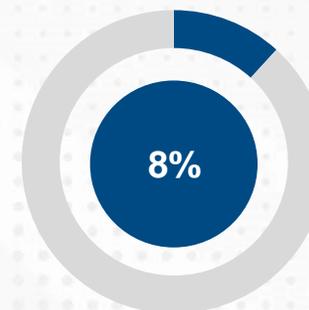
Rentabilidad

Enterritorio 14,98%
Benchmark 14,04%



Rentabilidad

Proyectos 14,40%
Benchmark 13,67%



Operaciones

En estudio y análisis

F.2.2. Programa de Tesorería y Fiducia

05 Realizar operaciones de Inversión que involucren recursos de convenios en liquidación.

- o Colocar recursos de convenios en liquidación \geq 90% de los saldos disponibles en caja.

07 Estudiar, evaluar y formular una propuesta de mejoramiento de la infraestructura tecnológica y operativa para el proceso de Gestión de Tesorería.

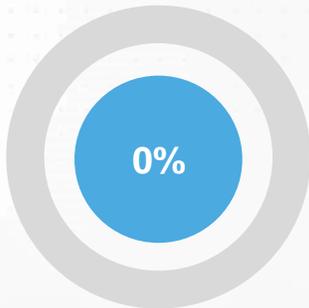
- o Un (1) documento de conclusiones y recomendaciones

06 Gestionar los recursos según flujo de caja para maximizar los rendimientos del portafolio de inversiones

- o 10%

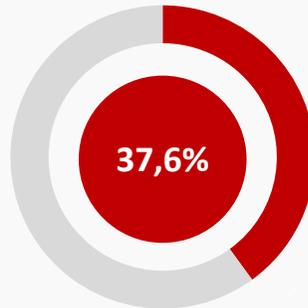
08 Diseñar, implementar y divulgar un informe ejecutivo sobre el comportamiento del gasto

- o Informe mensual circularizado



Recursos

Recursos de convenios en liquidación susceptibles de inversión / Total de recursos en convenios en liquidación



Rendimientos

Meta 17.269,12
 Ejecución 6,501,08



Documento

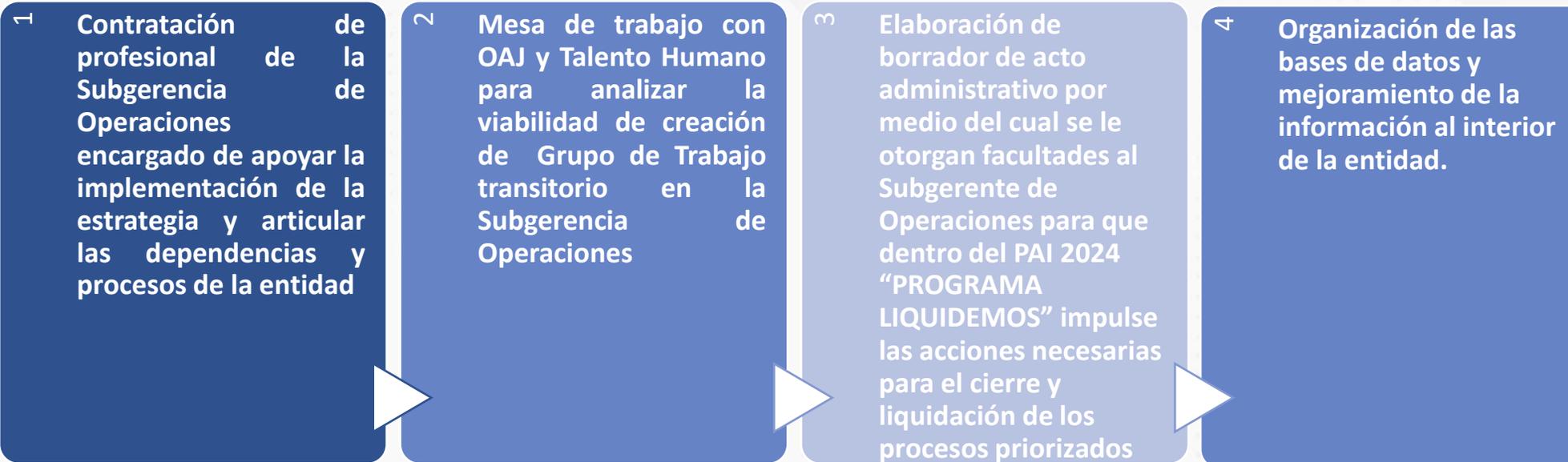
Documento entregado al Grupo de Tecnologías de la información

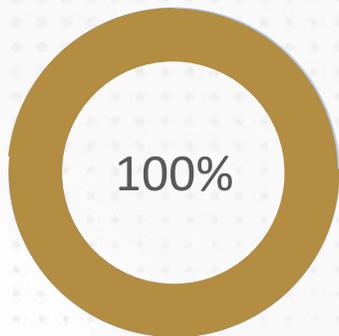


Seguimiento gasto

No. de informes circularizados /
 No. de informes previstos

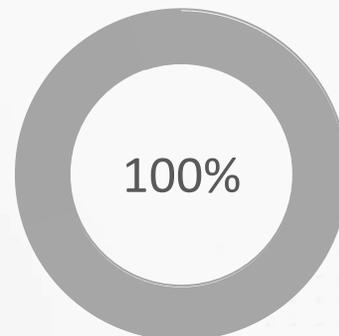
F.3.2. Programa Liquidemos





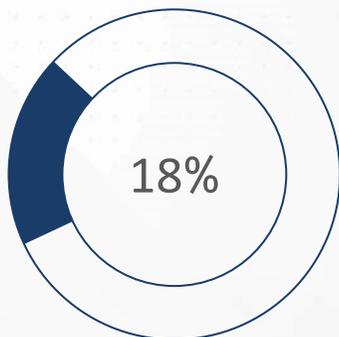
Benchmarking
(Enero)

Realizamos un análisis que proporcionó una visión detallada de las fortalezas de nuestros competidores directos.



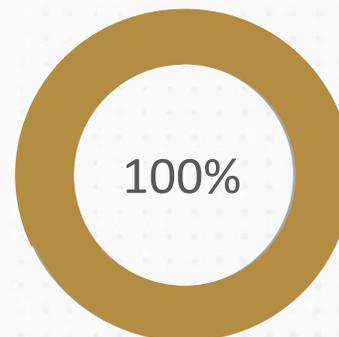
Diseñar una campaña
sombrilla externa
(Enero)

En enero de 2024 se definió que la campaña sombrilla externa continuaría siendo **ENTerritorio, un equipo con las regiones.**



Ejecutar la campaña
sombrilla externa
(Febrero a diciembre)

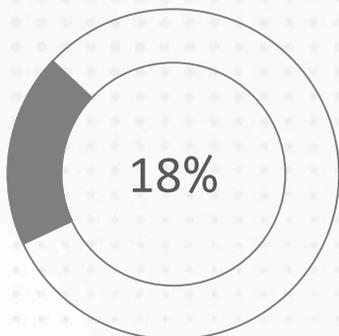
La campaña **ENTerritorio, un equipo con las regiones** se proyectó, con base en el quehacer de ENTerritorio y su propósito superior. Esta campaña está compuesta por un total de ocho acciones.



Diseñar una campaña
sombrilla interna
(Enero)

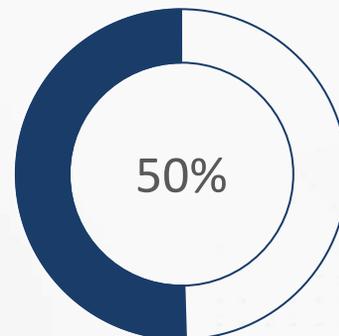
En enero de 2024, se revisaron las necesidades internas de la entidad y se definió que la campaña para el 2024 sería **Un legado que transforma.**

C.4.1. PROGRAMA DE IMAGEN CORPORATIVO ENTERRITORIO



Ejecutar la campaña
sombrilla interna
(Febrero a diciembre)

La campaña se ha venido trabajando desde el mes de febrero y se realizó el lanzamiento oficial el pasado 30 de abril.



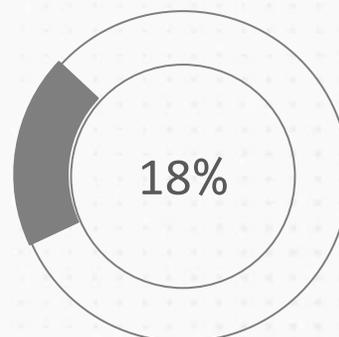
Actualizar la narrativa
de la entidad
(Marzo a abril)

El primer paso se ejecutó recientemente y fue revisar y corregir el estilo y la redacción de los Estatutos de la entidad, que serán la base para actualizar la narrativa de ENTerritorio S.A.



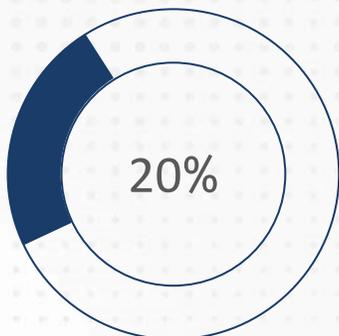
Creación de identidad
gráfica para las cuatro
líneas de negocio
(Enero)

Se creó la identidad gráfica, con el fin de posicionar las cuatro líneas de negocio de ENTerritorio.



Divulgar los proyectos de
cada línea de negocio con su
nueva identidad gráfica
(Febrero a diciembre)

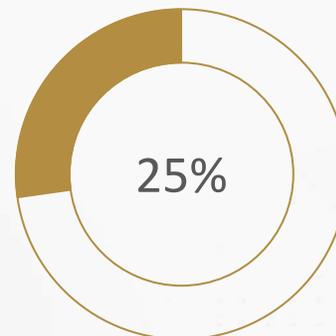
Para el trimestre, en las redes sociales de ENTerritorio se han compartido publicaciones sobre los proyectos que se adelantan bajo las diversas líneas de negocio.



Crear e implementar
4 landing pages
(Febrero a diciembre)

Se desarrollarán cuatro landing pages como parte de la estrategia de promoción de ENTerritorio S.A. Estas páginas servirán para dar seguimiento a los proyectos y se ofrecerán como parte de la oferta comercial.

[Ambiente de prueba: landing USPEC](#)



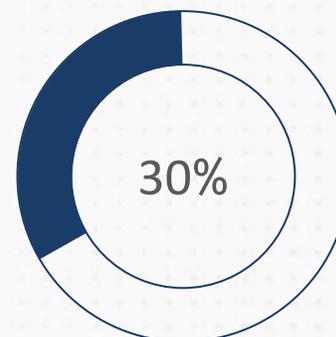
Free press
(Enero a abril)

A la fecha, se han publicado y enviado a medios de comunicación 15 boletines de prensa con información sobre visitas a los territorios por parte de la presidente, Lina Barrera, así como del seguimiento a obras y proyectos.



Paquete
de bienvenida
(Febrero a marzo)

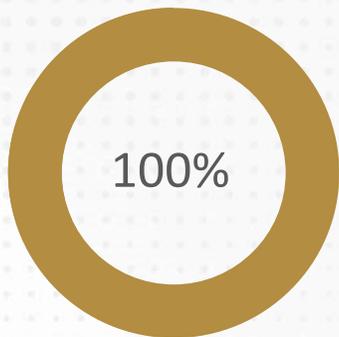
Se realizó la entrega de material POP a los nuevos clientes para fortalecer la presencia de la marca ENTerritorio.



Capacitación importancia de la
imagen corporativa en el
relacionamiento con los
clientes
(Marzo a abril)

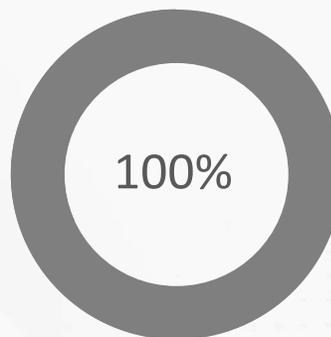
Se ejecutó la campaña para socializar la transformación de la entidad (ENTerritorio S.A.), resaltando la importancia de aplicar adecuadamente la imagen corporativa en las interacciones con los clientes.

C.4.1. PROGRAMA DE IMAGEN CORPORATIVO ENTERRITORIO



Documentar y publicar el proceso de planeación estratégica 2023-2026

Diagramación del informe del Plan de Acción Institucional (PEI) 2023 – 2026.



Formular e incluir una pregunta relacionada con la imagen de ENTerritorio (Enero a febrero)

En diciembre de 2023, el Grupo de Comunicaciones planteó la pregunta: "¿Cuál es su percepción de la marca ENTerritorio en cuanto a credibilidad, excelencia y satisfacción?", la cual formó parte de la encuesta **Percepción del servicio prestado por ENTerritorio en el II semestre de 2023.**

C.2.1. Programa Multilaterales

ACTIVIDADES	AVANCE
Implementar un programa de fidelización específico para el Fondo Mundial de Lucha contra el VIH y la Malaria.	En sesión de Comité de Negocios No. 5 de fecha 04 de marzo, se presentó el estado crítico sobre la ejecución del negocio con el FONDO MUNDIAL -222005, en donde se determinó que se presentaría un plan de acción para lograr avanzar en las actividades críticas presentadas.
Realizar un diagnóstico de las obligaciones que presentan retraso por parte de ENTerritorio y formalizar una propuesta de acciones a implementar para solucionar las situaciones presentadas	El 12 de marzo la Gerencia de Grupo DP3 y de Convenio socializan a la Presidencia de la Entidad y Subgerencia de Operaciones el plan de acción a implementar para lograr el cumplimiento de las metas atrasadas con el Fondo Mundial.
Presentar en Comité de Gerencia, para formular un plan de acción	No se ha presentado, sin embargo, el plan de acción fue socializado con la Presidencia de la Entidad y Subgerencia de Operaciones.
Implementar las acciones establecidas	Desde el 12 de marzo, se viene trabajando como entidad en el cumplimiento de las actividades del Plan de Acción establecido.
Aplicar encuesta de percepción del nivel de servicio prestado	Después del primer semestre del 2024 se aplicará la encuesta.
Realizar una lista de las Entidades Multilaterales, con las cuales se podría tener un acuerdo de cooperación	Se proyecta al finalizar mayo contar con la matriz de las Entidades Multilaterales y la definición de cuales podrían ser susceptibles de tener acuerdos comerciales.
Analizar la experiencia y definir un plan de acción para realizar acercamiento con este tipo de entidades	Para el primer semestre de 2024 se espera contar con el plan de acción para iniciar acercamientos con las Entidades Multilaterales definidas y que potencialmente sean susceptibles de tener acuerdos comerciales.

C.2.2. Programa Gobernaciones y Alcaldías

ACTIVIDADES	AVANCE
<p>Consolidar una base de datos de los alcaldes y gobernadores electos, con número de contacto y correo electrónico para poder realizar un análisis y diagnóstico de las características de los entes territoriales.</p>	<p>Se cuenta con la base de datos de las gobernaciones y alcaldías electas para el periodo 2024-2028.</p>
<p>Realizar un análisis y diagnóstico de las características de los entes territoriales, con el fin de segmentar los clientes potenciales.</p>	<p>Se avanza en el análisis de la información obtenida y contar con la segmentación de los clientes potenciales de las entidades territoriales del país, se espera finalizando junio, contar con diagnóstico y ser socializado al Comité de Gerencia, ya que, se requiere contar con los Planes de Desarrollo Territoriales PDT, como base para determinar las necesidades propias de los potenciales clientes.</p>
<p>Remitir comunicaciones y/o realizar acercamientos (mesas de trabajo) con los clientes priorizados</p>	<p>Para el segundo semestre del 2024, se espera realizar los acercamientos necesarios con los clientes potenciales que se determinen en el diagnóstico.</p>
<p>Realizar la suscripción de acuerdos contractuales con entes territoriales, bajo la estructura de negocio para ENTerritorio.</p>	<p>Con la Gobernación de Córdoba se suscribió un convenio de asociación para definir la estructuración de la sede de la Gobernación.</p>

C.4.2. Programa Clientes Permanentes

ACTIVIDADES	AVANCES
<p>Implementar un programa de fidelización de clientes de ENTerritorio</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ SEGUIMIENTO PARA EL CUMPLIMIENTO DE OBLIGACIONES Y ALERTAS TEMPRANAS/PLANES DE INTERVENCIÓN: en sesión de Comité de Negocios No. 5 de fecha 04 de marzo de 2024, se presentaron los casos críticos de ejecución de los negocios de la SED - 221013 y FONDO MUNDIAL -222005, atendiendo los resultados arrojados de la encuesta de percepción obtenidos del segundo semestre del 2023. Se realiza seguimiento al cumplimiento de las rutas críticas establecidas como planes de mejora para estos negocios. ✓ GENERACIÓN Y ACTUALIZACIÓN DE BASES DE DATOS: se ha avanzado con la actualización de la información de los negocios que se encuentran en estado de ejecución, se espera al finalizar el semestre contar con el diligenciamiento total de dicha base y realizar de manera oportuna el seguimiento a estos negocios desde el Grupo de Gestión Comercial. ✓ PLAN DE OFRECIMIENTOS ADICIONALES: se adelanta con el Grupo de Comunicaciones la implementación y diseño de News Letter mensualizados para ser remitidos vía correo electrónico a los clientes actuales y landing page como ofrecimiento adicional a los negocios que se suscriban en la vigencia 2024. ✓ INCENTIVOS (PAQUETE DE BIENVENIDA): será implementado una vez se suscriba un contrato/convenio se enviará al supervisor un kit de bienvenida a la entidad con material POP de ENTerritorio S.A., con la carta personalizada de bienvenida suscrita por la Presidencia de la Entidad.
<p>Implementar una herramienta de seguimiento y análisis de datos de los procesos de negociación (Power BI activo)</p>	<p>Se ha implementado la herramienta del Power Bi, mediante el cual se puede realizar el seguimiento a los procesos de negociación con los diferentes clientes. El 26 de febrero fue socializada la herramienta al Comité de Gerencia. https://www.enterritorio.gov.co/intranet/aplicaciones/reporte-de-informacion-de-gestion-comercial</p>

Estrategia posicionamiento comercial (articulación Grupo de Comunicaciones)

Kit de bienvenida

1. Implementar kit de bienvenida (carta de bienvenida y material POP para clientes)
2. Campaña de posicionamiento “Seamos Aliados ENTerritorio”
3. Newsletter para clientes
4. Landing page como valor agregado
5. Acciones de voz a voz para el posicionamiento de marca



Seamos Aliados enterritorio
Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.



Seamos Aliados

Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.

- 1. Coherencia con nuestro Propósito Superior:** refleja el compromiso de la Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A. con el desarrollo y fortalecimiento de las comunidades en las que opera.
- 2. Fortalecimiento de la identidad corporativa:** fortalece la identidad corporativa de ENTerritorio S.A. al destacar su enfoque centrado en el territorio y su compromiso con el desarrollo local.
- 3. Impulso a la participación ciudadana:** invita a los ciudadanos y actores locales a unirse como aliados en el proceso de desarrollo territorial, fomentando la participación y el compromiso cívico.
- 4. Posicionamiento en redes sociales y medios digitales:** ofrece un hashtag distintivo y memorable que puede generar interacción y conversación en las redes sociales y medios digitales.



Seamos Aliados

Empresa Nacional Promotora del Desarrollo Territorial S.A.



Landing USPEC



Newsletter

P.1.1. Programa de Alianzas Prioritarias

Socialización 14 de mayo de
2024



CAMBIAR EL ENFOQUE

LÍNEAS
ESTRATÉGICAS

MERCADO
OBJETIVO

CAMBIO CLIMÁTICO

SEGURIDAD ALIMENTARIA

ORDENAMIENTO TERRITORIAL
ALREDEDOR DEL AGUA

❖ Top 5 de entidades del Orden Nacional con menor ejecución presupuestal.

P.2.1. Programa Gobierno Corporativo para la Junta Directiva

Este programa tiene fecha de inicio de actividades a partir del 30 de abril, fue programado así para empezar la implementación luego de las decisiones que se tomaran en la asamblea de accionistas.

A través de radicado N° 202420010002151 de fecha 2 de abril 2024 solicitamos el envío de la Política de Gobierno Corporativo expedida por el Ministerio de Hacienda y Crédito Público para adelantar los trámites de elección del representante de los empleados en la Junta Directiva, así como la expedición del reglamento de Asamblea y Junta Directiva y demás políticas de Gobierno Corporativo que se deban implementar en la Sociedad y cumplir el plazo de doce (12) meses a partir de la sesión ordinaria de la Asamblea General de Accionistas la cual se realizó el catorce (14) de marzo de 2024.

P.2.3. Programa Alineamiento de Servicios y Procesos

ACTIVIDADES DESARROLLADAS	Plazo	AVANCE	PRODUCTO / ENTREGABLE
Conformar equipo base de trabajo	Febrero	100%	Listado equipo de trabajo



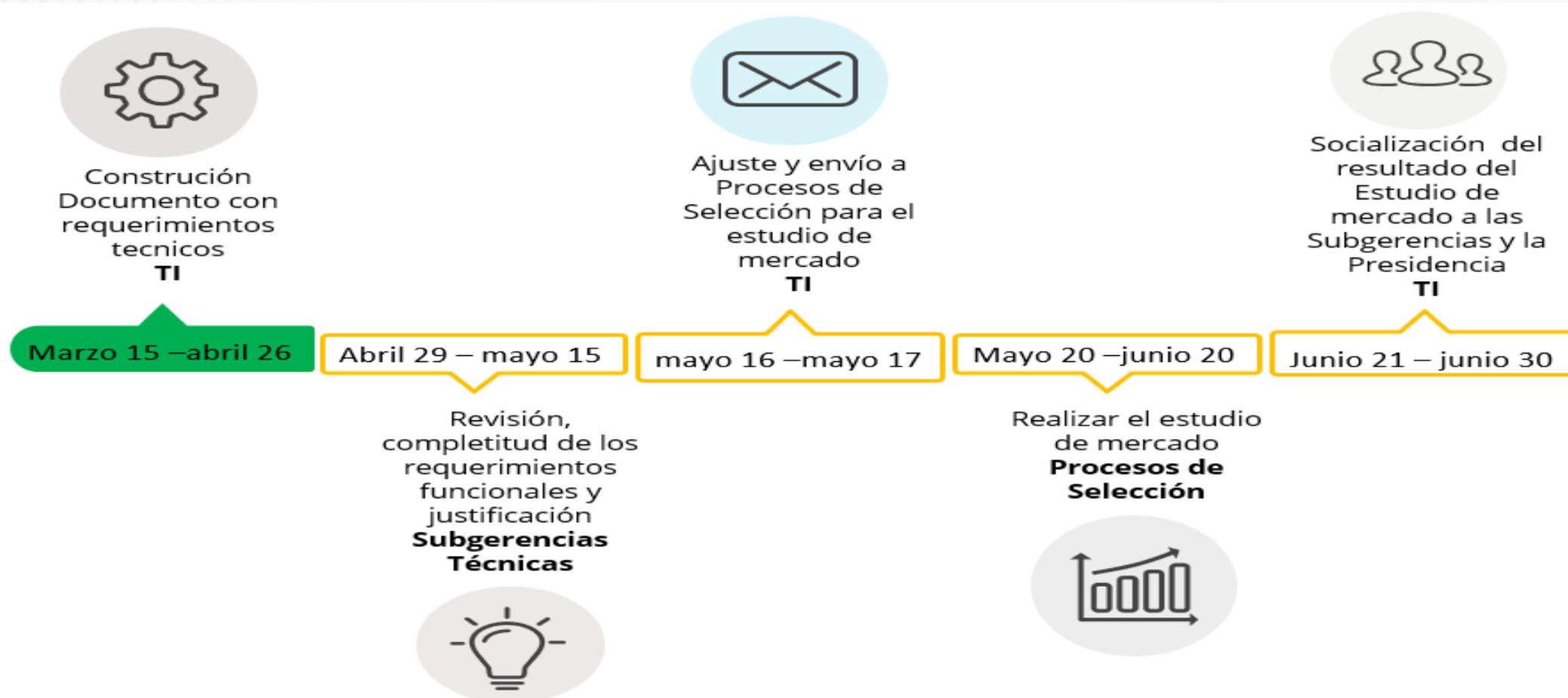
ACTIVIDADES DESARROLLADAS	Plazo	AVANCE	PRODUCTO / ENTREGABLE
<ol style="list-style-type: none"> Actualización formato de Autoevaluación por proceso. Recopilar información de interrelación de procesos frente a las necesidades de información o gestión de actividades de otro proceso para establecer metodología de análisis y diagnóstico 	Junio	30%	Documento con metodología de recopilación de información propuesta



Resumen resultados

- ANS
- Integración de datos
- Mejoramiento sistemas de información
- Fortalecer Power BI
- Automatización de encuestas y formato SARLAFT

A.2.1. Programa de Sistematización Integral de Procesos



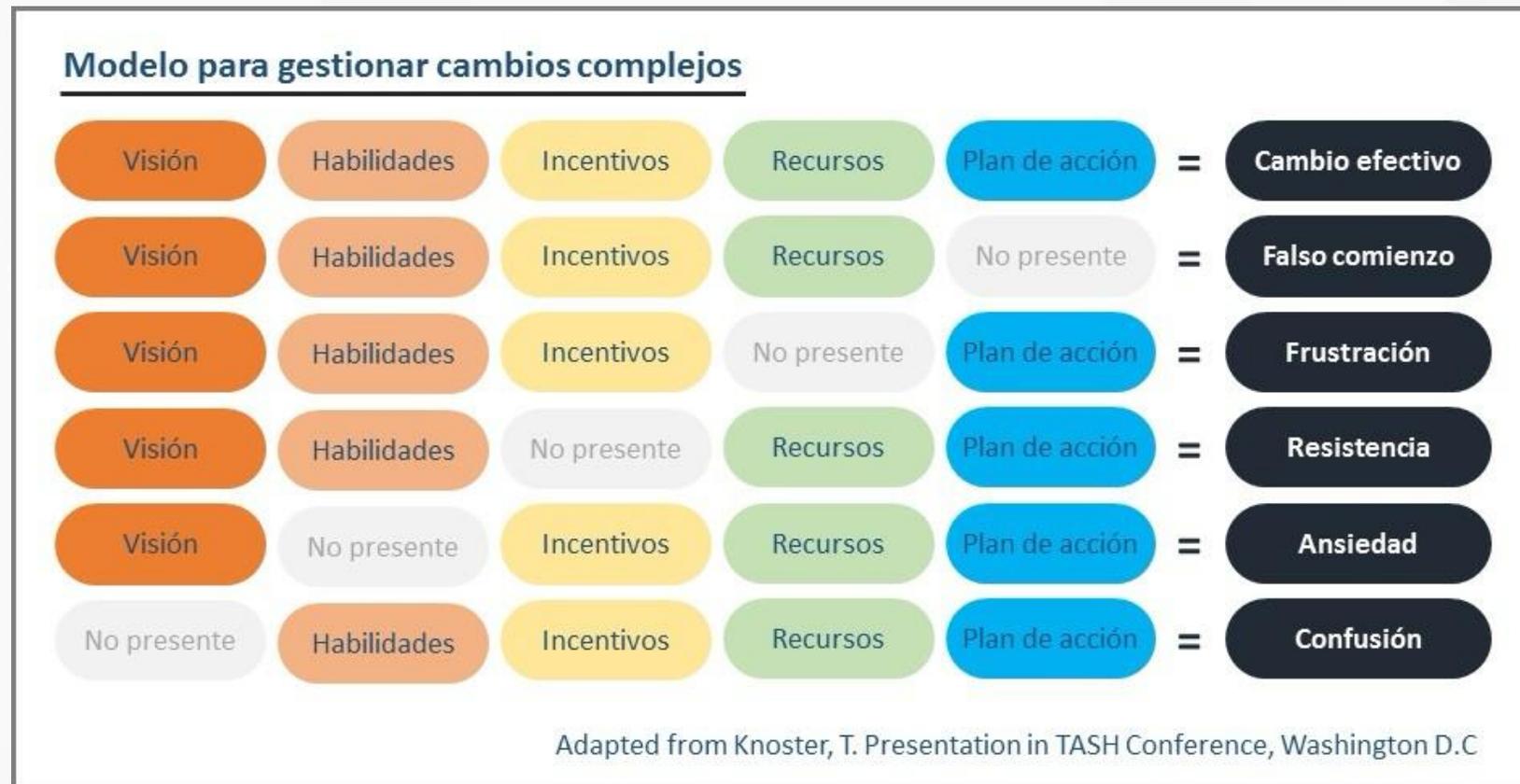
Se estructuró la Ficha Técnica que define el alcance que debe tener el Gestor de Proyectos de la Entidad, el cual se remitió a las Subgerencias técnica el pasado 26 de abril del 2024 para su revisión y complemento de los requerimientos funcionales.

A.1.1. Programa Capacidades ENTerritorio

Para el primer trimestre 2024 se diseñó el Plan de intervención de Medición de Competencias 2024 dirigido a Empleados Públicos, Trabajadores oficiales y contratistas, que inicia en el mes de abril 2024 con la actualización de la información de los colaboradores que conforman cada grupo de trabajo, la planta de personal de ENTerritorio S.A y el diseño de la encuesta de Medición de Competencias con base en cada perfil (GTH-01 GUIA DE COMPETENCIAS LABORALES, ORGANIZACIONALES Y COMPORTAMENTALES DE TRABAJADORES OFICIALES).

- Gerente de Unidad
- Gerente Máster
- Gerente senior
- Profesional Junior 1 y 2
- Técnico administrativo 1,2,3,4
- Ayudante de Oficina.

Etapas Intervención Medición de Competencias 2024		
1 ETAPA	Actualización información funcionarios y colaboradores que trabajan en ENTerritorio S.A. Creación y diseño de la encuesta	marzo y abr-24
2 ETAPA	Aplicación encuesta medición de competencias y entrega de resultados.	may-24
3 ETAPA	Intervención presencial interactiva en competencias según el perfil del cargo (agendas previas)	jun-24

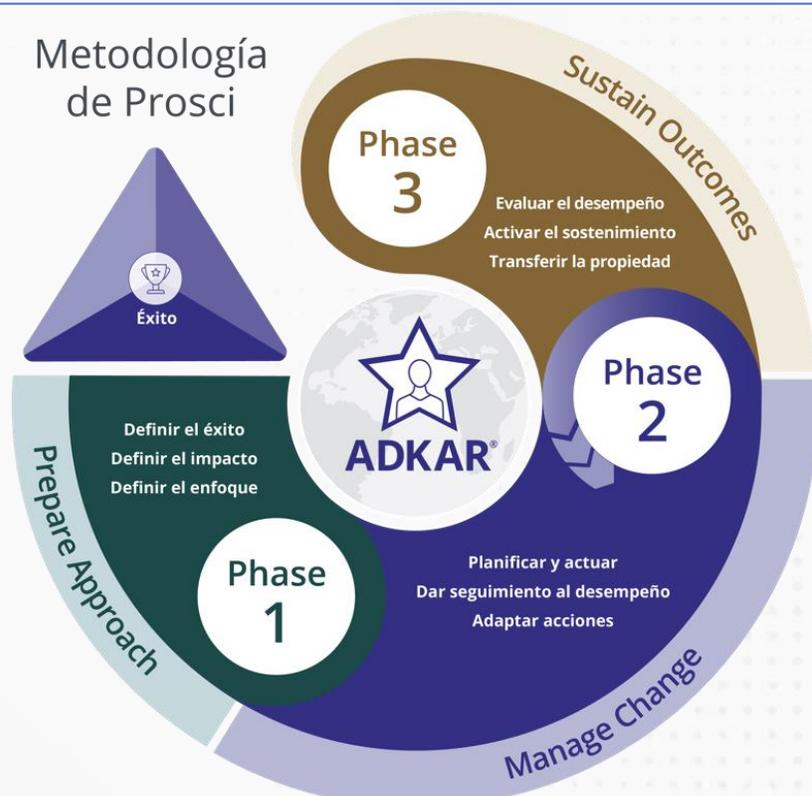


GESTIÓN DE CAMBIO ENTERRITORIO

PROPÓSITO SUPERIOR EnTerritorio: Acompañamos a nuestros clientes para hacer realidad los sueños de las regiones, transformando vidas ENTerritorio. ¿Con quién hacemos esto en EnTerritorio? CON NUESTRA GENTE

El cambio organizacional requiere cambio individual, un cambio organizacional que no se orienta a acompañar el cambio en el individuo está destinado al fracaso – Modelo ADKAR

- ✓ Consciencia
- ✓ Deseo
- ✓ Conocimiento
- ✓ Habilidad
- ✓ Reforzamiento



- Las tres fases propuestas:
1. Preparar el enfoque
 2. Fase Gestionar el cambio
 3. Sostener resultados

Plan Institucional de Gestión y Desempeño

1. Planeación Institucional
2. Compras y Contratación Pública
3. Integridad
4. Transparencia, acceso a la información pública y lucha contra la corrupción
5. Fortalecimiento organizacional y simplificación de procesos
6. Servicio al ciudadano
7. Participación ciudadana en la gestión pública
8. Gobierno digital
9. Seguridad digital
10. Defensa jurídica
11. Gestión del conocimiento y la innovación
12. Gestión documental
13. Gestión de la información estadística
14. Seguimiento y evaluación del desempeño institucional
15. Control interno

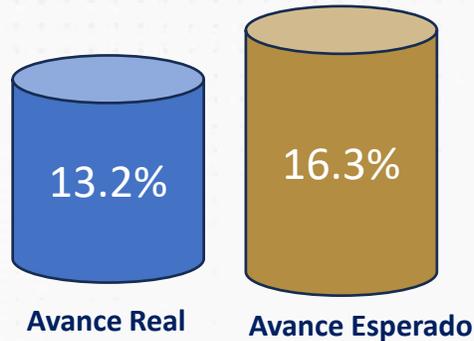
Planes de Acción Decreto 612

1. Plan Institucional de Archivos de la Entidad PINAR
2. Plan Anual de Adquisiciones
3. Plan Anual de Vacantes
4. Plan de Previsión de Recursos Humanos
5. Plan Estratégico de Talento Humano
6. Plan Institucional de Capacitación
7. Plan de Incentivos Institucionales
8. Plan de Trabajo Anual en Seguridad y Salud en el Trabajo
9. Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano
10. Plan Estratégico de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones - PETI
11. Plan de Tratamiento de Riesgos de Seguridad y Privacidad de la Información
12. Plan de Seguridad y Privacidad de la Información

Aplican 15 políticas de las 19 que hacen parte del modelo

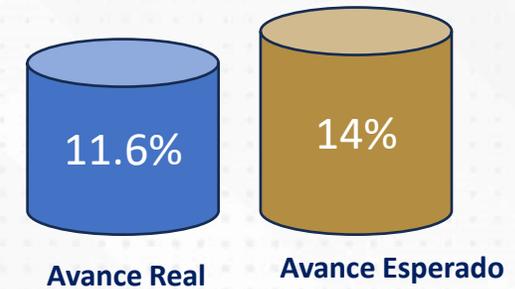
Avance Programa de Implementación del Modelo Integrado de Planeación y Gestión a través del Plan Institucional de Gestión y Desempeño

Plan Institucional de Gestión y Desempeño 2024



Avance a marzo 31 de 2024	Avance esperado a marzo 31 de 2024	Cumplimiento
13.2%	16.3%	80.9%

Planes Decreto 612 de 2018



Avance a marzo 31 de 2024	Avance esperado a marzo 31 de 2024	Cumplimiento
11.6%	14%	82.5%