



**AG-F-07-2021**

**Iniciativas Comerciales con las Marcas**

**Informe de Auditoría**

**2021**

RE02-PR21AI01 / Ed 12

Uso Restringido



# Generalidades

## Alcance

El estudio comprende el seguimiento de las acciones que implementan las áreas responsables de la administración, para el uso y seguimiento de los incentivos de las marcas

## Objetivos

1 Verificar si las áreas relacionadas con el control y manejo de los incentivos suministrados por las marcas Visa y MasterCard implementan acciones para su gobernabilidad y seguimiento, de acuerdo con los contratos suscritos y la Ley de Control Interno.

## Procesos

PC01 Planificación Comercial Personas y Desarrollo

## Áreas

El estudio comprende el área de Comercio Electrónico



## Cumplimiento normas de auditoría

El estudio de Auditoría se realiza de conformidad con:

- El Marco Internacional para la Práctica Profesional de la Auditoría Interna.
- Las Normas Generales de Auditoría para el Sector Público.
- Las Normas para el Ejercicio de la Auditoría Interna en el Sector Público, y
- El Manual de Operaciones de la Auditoría General.

# Principales resultados informe de Auditoría



El estudio comprende el seguimiento de las acciones que implementan las áreas responsables de la administración, uso y seguimiento de los incentivos de las marcas.

Los incentivos de las marcas se utilizan con el fin de fidelizar al cliente con el Banco, por lo cual se debe realizar un uso eficiente de los recursos, mediante estrategias, campañas y propuestas de valor para la retención y satisfacción de éstos.

El Banco durante el 2020 utiliza los incentivos en un 90% para realizar campañas, en línea con el impulso comercial que persiguen las marcas al otorgarlos.

Las oportunidades de mejora son atendidas por las áreas responsables de su implementación, lo que da gobernabilidad, seguimiento y rendición de cuentas al uso de los incentivos de las marcas.