



Grupo Social y Empresarial
de la Defensa

.....
Por nuestras Fuerzas Armadas, para Colombia entera.

CUADRO DE MANDO ESTRATÉGICO 2012 (Diciembre)

INDUSTRIA MILITAR DE COLOMBIA

PERSPECTIVAS	OBJETIVOS	INDICADORES	LINEA DE BASE	RANGO	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	DICIEMBRE			
						META	RESULTADO	EVALUACIÓN	ESTADO
RESPONSABILIDAD SOCIAL	R1. Contribuir al desarrollo del País	R1.1 Participación estatal	\$135,484 Millones	>100% ≥90% ≤100% ≥ 80% < 90% <80%	MENSUAL	\$142.258,0	\$194.217,0	136,52%	Superior a la meta
	R2. Posicionar la Responsabilidad Social como herramienta para direccionar el Sistema de Gestión Integral	R2.1 Implementación de Referente ISO 26000	50,0%	>100% ≥90% ≤100% ≥ 80% < 90% <80%	MENSUAL	80%	80%	100,00%	Igual a la meta
FINANCIERA	F1. Incrementar ventas	F1.1 Crecimiento de ventas	\$440,790 millones	>100% ≥90% ≤100% ≥ 80% < 90% <80%	MENSUAL	\$520.000,0	\$403.308,0	78%	Inferior a la meta
		F1.2 Exportaciones	USD 3.660.219	>100% ≥90% ≤100% ≥ 80% < 90% <80%	MENSUAL	USD 4.209.252	USD 8.044.114	191,11%	Superior a la meta
	F2. Lograr mayor rentabilidad	F2.1 Mejorar la rentabilidad	7,7%	>100% ≥90% ≤100% ≥ 80% < 90% <80%	MENSUAL	10,00%	7,20%	72,00%	Inferior a la meta
		F2.2 %EBITDA	13,4%	>100% ≥90% ≤100% ≥ 80% < 90% <80%	MENSUAL	15,00%	12,30%	82,00%	Cerca a la meta
		F2.3 EVA	\$22.263 millones	>100% ≥90% ≤100% ≥ 80% < 90% <80%	MENSUAL	\$26.716,0	\$17.513,9	65,56%	Inferior a la meta
		F2.4 Margen de Costo de ventas	79,3%	≤75% >75% ≤77% > 77% < 79% >79%	MENSUAL	75,00%	79,20%	80,00%	Cerca a la meta

■ Superior a la meta
 ■ Cerca a la meta
 Resultado programado para un periodo posterior al mes de reporte
■ Igual a la meta
 ■ Inferior a la meta

CUADRO DE MANDO ESTRATÉGICO

PERSPECTIVAS	OBJETIVOS	INDICADORES	LINEA DE BASE	RANGO	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	DICIEMBRE			
						META	RESULTADO	EVALUACIÓN	ESTADO
CLIENTES	C1. Entrar a nuevos mercados	C1.1 Entrar a 2 nuevos países	0	>100% ≥90% ≤100% ≥80% <90% <80%	SEMESTRAL	2,00	2,00	100,00%	
		C1.2 Entrar a 2 nuevos mercados nacionales	0	>100% ≥90% ≤100% ≥80% <90% <80%	SEMESTRAL	2,00	2,00	100,00%	
	C2. Lograr un plan de mercadeo efectivo	C2.1 Cumplimiento del Plan de Mercadeo	NA	>100% ≥90% ≤100% ≥80% <90% <80%	MENSUAL	100,00%	81,00%	81,00%	
	C3. Estructurar sistema de precios efectivo	C3.1 Nivel de implementación del sistema	NA	>100% ≥90% ≤100% ≥80% <90% <80%	MENSUAL	100,00%	91,00%	91,00%	

■ Superior a la meta
 ■ Cerca a la meta
 Resultado programado para un periodo posterior al mes de reporte
■ Igual a la meta
 ■ Inferior a la meta

PERSPECTIVAS	OBJETIVOS	INDICADORES	LINEA DE BASE	RANGO	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	DICIEMBRE			
						META	RESULTADO	EVALUACIÓN	ESTADO
PROCESOS INTERNOS	P1. Fortalecer la gestión integral	P1.1 Integrar los nuevos Sistemas de Gestión	NA	>100% ≥90% ≤100% ≥ 80% < 90% <80%	TRIMESTRAL	100,00%	100,00%	100,00%	Verde
		P1.2 Optimizar tiempos de ciclos de procesos administrativos con base en las necesidades del cliente interno.	NA	>100% ≥90% ≤100% ≥ 80% < 90% <80%	TRIMESTRAL	15,00%	15,00%	100,00%	Verde
		P1.3 Integrar procesos del S.G.I.	NA	>100% ≥90% ≤100% ≥ 80% < 90% <80%	TRIMESTRAL	5,00%	5,00%	100,00%	Verde
	P2. Mejorar Competitividad	P2.1 Disminuir costos de materias primas, materiales y herramientas.	0%	>100% ≥90% ≤100% ≥ 80% < 90% <80%	TRIMESTRAL	10,00%	5,00%	50,00%	Rojo
		P2.2 Disminuir los gastos en ventas.	0%	>100% ≥90% ≤100% ≥ 80% < 90% <80%	MENSUAL	-10,00%	13,27%	-132,70%	Rojo
		P2.3 Asegurar la calidad y oportunidad de los productos y servicios.	0,75	< 0,75% > 0,75% < 1,12% > 1,12% < 2,5% > 2,5%	MENSUAL	0,7	0,77	90,91%	Verde
	P3. Estructurar un sistema de costeo efectivo.	P3.1 Nivel de implementación del sistema	N/A	>100% ≥90% ≤100% ≥ 80% < 90% <80%	MENSUAL	100,00%	80,00%	80,00%	Amarillo
	P4. Identificar de manera oportuna y confiable las expectativas y necesidades de los grupos de interés	P4.1 Programas de compras por clientes actualizados	N/A	>100% ≥90% ≤100% ≥ 80% < 90% <80%	SEMESTRAL	90%	84%	93%	Verde

■ Superior a la meta
 ■ Cerca a la meta
 Resultado programado para un periodo posterior al mes de reporte
■ Igual a la meta
 ■ Inferior a la meta

PERSPECTIVAS	OBJETIVOS	INDICADORES	LINEA DE BASE	RANGO	FRECUENCIA DE MEDICIÓN	DICIEMBRE			
						META	RESULTADO	EVALUACIÓN	ESTADO
APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO	A1 Mejorar la Calidad de Vida de los Colaboradores	A1.1 Disminuir el índice de rotación del recurso humano.	NA	>100%	TRIMESTRAL	-90,00%	36,60%	-40,67%	Inferior a la meta
				≥90% ≤100%					
				≥80% <90%					
	A1.2 Mejorar las condiciones económicas de los colaboradores.	10%	>100%	MENSUAL	100,00%	62,00%	62,00%	Inferior a la meta	
			≥90% ≤100%						
			≥80% <90%						
A2 Innovación y Desarrollo de los Nuevos Productos y Servicios	A2.1 Desarrollo de nuevos productos y servicios.	2 Productos	>100%	TRIMESTRAL	4 Productos	4 productos	100,00%	Igual a la meta	
			≥90% ≤100%						
			≥80% <90%						
				<80%					