

PLAN ESTRATÉGICO 2019 - 2022 Y PLAN DE ACCIÓN 2020

EL AÑO DE LA SEGURIDAD Y EL MANTENIMIENTO



TABLA DE CONTENIDO

1. PRESENTACIÓN DE LA GERENCIA

2. ANTECEDENTES

3. PENSAMIENTO ORGANIZACIONAL

4. MODELO DE GESTIÓN INTEGRAL

5. MODELO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

6. RESULTADOS PLAN ESTRATÉGICO 2019 - 2022

PRESENTACIÓN DE LA GERENCIA

De conformidad con las políticas, lineamientos, estrategias y prioridades establecidas por el Gobierno Nacional, estructuradas en el Plan Nacional de Desarrollo “Pacto por Colombia pacto por la equidad”, el Plan Estratégico del Sector Defensa y Seguridad 2016 - 2018, los lineamientos de Planeación Estratégica del Grupo Social y Empresarial de la Defensa GSED y los ejercicios estratégicos realizados por el Grupo de Gerencia, la Industria Militar presenta los Planes Estratégico para el cuatrienio 2019 – 2022 y de Acción 2020, elaborados bajo una orientación estratégica para cumplir tanto los objetivos sectoriales como los propósitos institucionales enmarcados en la Misión, Visión, MEGA y oferta de valor de la empresa.

La articulación y alineación de las estrategias gubernamentales se efectuó a través de la consolidación de herramientas de gestión, como el Balanced Scorecard (BSC), instrumento gerencial cuya aplicación busca el enlace entre la estrategia, los procesos y las competencias para permitir un mayor desempeño individual y organizacional para de esta manera asegurar los resultados y cumplimiento de las metas institucionales, así como el Modelo Integrado de Planeación y Gestión, que define el Direccionamiento Estratégico como el horizonte a corto y mediano plazo a fin de focalizar los procesos de gestión en la consecución de los resultados, con los cuales podemos garantizar los derechos, satisfacer las necesidades y atender los problemas de los ciudadanos.

Así mismo, en la formulación y estructuración del Plan Estratégico 2019 - 2022 de la Industria Militar se determinaron políticas gerenciales ajustadas a las estrategias del sector Defensa, las cuales teniendo en cuenta los buenos resultados de la vigencia 2019, son sujeto de un ajuste retador en el 2020, específicamente en la meta establecida para “Incrementar ingresos por exportaciones” que apunta al objetivo estratégico “Incrementar participación en mercados nacionales e internacionales”, teniendo en cuenta los resultados obtenidos durante la vigencia 2019 y pasando de tener una meta para el cuatrienio de \$84.453 millones a una meta en el cuatrienio de \$250.000 millones. Así mismo destacándose entre otros resultados del 2019: el aporte de recursos a la nación, incremento de la utilidad neta y operacional, aumento de la productividad y efectividad de los procesos de la cadena de valor, la investigación, desarrollo e innovación de productos, el desarrollo de programas integrales de gestión y el diseño e implementación de estrategias de internacionalización.

El Plan en su primera parte, incluye el pensamiento organizacional apoyado principalmente en la misión, visión, MEGA, principios, valores corporativos y decálogo de conducta, constituyéndose en creencias fundamentales para la comunicación e interacción con los diferentes grupos de interés, partes interesadas o stakeholders, dicho pensamiento es una mirada clara a enfrentar nuevos desafíos y lograr generar procesos de cambio acordes a la realidad nacional empresarial. Así mismo adopta la metodología estandarizada por el Viceministerio del GSED sobre análisis de debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas, articulado e integrado con el uso del Balanced Scorecard que viene trabajando la empresa.

En segundo lugar, se describe el modelo de gestión integral cuya característica principal es enfoque por procesos de gestión hacia la calidad y la productividad, para alcanzar alta competitividad y confiabilidad de sus productos y servicios. Este sistema está integrado por tres componentes: La gestión estratégica, la gestión por procesos y la gestión de la cultura.

En tercer lugar establece el direccionamiento estratégico, a partir del cual se definen los lineamientos estratégicos sobre los que la organización se va a dedicar prioritariamente, los cuales son:

1. Modernización Institucional: Realizar el proceso de modernización institucional, mediante el fortalecimiento del gobierno corporativo y estructura organizacional, la renovación tecnológica, así como el mejoramiento y fortalecimiento de los procesos administrativos, productivos y de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) de la Entidad, para atender con calidad y oportunidad los requerimientos y necesidades de nuestras partes interesadas

2. Alianzas Estratégicas: Fortalecer y generar alianzas estratégicas para la creación de nuevas capacidades productivas y de servicios, así como la optimización, automatización, transferencia de tecnología y financiación de altos montos de inversión.
3. Internacionalización: Diseñar e implementar estrategias de internacionalización que permitan el fortalecimiento y posicionamiento actual de Indumil en la demanda internacional y la incursión en nuevos mercados, mediante el suministro de productos y servicios competitivos, con calidad y oportunidad.
4. Gestión del Talento Humano y del conocimiento: Fortalecer la gestión humana, a través de promociones, ascensos y programas de bienestar, programa de becas, capacitación y desarrollo , operativo, técnico, tecnológico y profesional.
5. Seguridad en los procesos y mantenimiento: Prevenir y controlar los riesgos que tienen el potencial de liberar daño o deterioro de la seguridad personal, seguridad industrial y el medio ambiente, así como mejorar la Integridad de sistemas operativos y procesos mediante la aplicación de principios de diseños inherentemente seguros (SID), técnicas de ingeniería, prácticas operativas y participación de expertos.

La Industria Militar ha sido, es y seguirá siendo el mejor aliado estratégico para las Fuerzas Armadas Colombianas. Nuestro enfoque de mercadeo sigue siendo sólido en la mejora de los productos y la satisfacción duradera de nuestros clientes, lo cual se convierte en una muestra de nuestro compromiso de continuar ofreciendo alternativas para hacer posibles grandes realidades que hoy están siendo materializadas, gracias al trabajo en conjunto de quienes trabajamos por un mejor país.

La Entidad sigue teniendo un crecimiento constante y para acelerarlo hemos definido un Plan Estratégico Institucional que permitirá generar valor agregado a su modelo de negocio con base en cinco pilares fundamentales: modernización institucional, alianzas estratégicas, internacionalización, seguridad en los procesos y mantenimiento, y gestión del talento humano y del conocimiento.

Para lograr este propósito, hemos comenzado a materializar los proyectos de modernización de los diferentes ambientes como los centros de innovación, las plantas de producción, la adecuación de espacios ventilados, iluminados, amplios y seguros, y la actualización tecnológica de maquinaria y equipos; todo esto basado en un aspecto esencial: la seguridad de los procesos y la potencialización de las competencias de nuestro talento humano a través de programas educativos de becas, capacitación y desarrollo en las modalidades de técnico, pregrado y posgrado, que permita fortalecer los procesos misionales de la empresa y la ratificación del sentido de pertenencia por lo que nos rodea, propiciando mecanismos de mejoramiento de la calidad de vida de nuestros funcionarios con alcance a sus familias.

Nuestra Industria Militar se gestiona a través de un modelo de gestión integral, dinámico y sostenible, liderado por un equipo humano talentoso y soportado en un portafolio de productos y servicios que generan valor al país. Nuestros productos militares han sido probados por su efectividad en combate. Poseemos sistemas de gestión certificados, los cuales son la carta de presentación en el mercado nacional e internacional del compromiso con la calidad, ISO 9001; el medio ambiente, ISO 14001; la seguridad y salud ocupacional, OHSAS 18001; la seguridad de la información, ISO 27001; la competencia de los laboratorios de ensayo y calibración, ISO 17025; el control y seguridad de la cadena de suministro bajo la norma y estándares BASC. También hemos incursionado exitosamente la implementación de los requisitos para acceder a la autorización OEA (Operador Económico Autorizado), consolidándose como soporte económico, de crecimiento y desarrollo del país.

Almirante (RA) HERNANDO WILLS VÉLEZ
Gerente General Industria Militar

ANTECEDENTES

- Plan Nacional de Desarrollo 2018 - 2022 “Pacto por Colombia pacto por la equidad”.
- Política del sector Defensa y Seguridad
- Plan estratégico sectorial (PES) 2019-2020.
- Directiva Permanente N° 030 DEL 31 DE OCTUBRE DE 2016 “Directiva de buen gobierno y funcionamiento del grupo social y empresarial del sector defensa - GSED”. (Numeral 2.1.1
- Plan estratégico cuatrienal - PEC. Numeral 2.1.2. Plan de acción anual - PAA.)
- Lineamientos Planeación Estratégica Grupo Social y Empresarial de la Defensa GSED.
- Guía de Planeación Estratégica del Ministerio de Hacienda y Crédito Público y del Departamento Nacional de Planeación DNP.

PENSAMIENTO ORGANIZACIONAL

El desarrollo del Pensamiento Organizacional busca presentar la guía permanente de actuación, que define el carácter y la identidad que trasciende los grupos de interés, productos, mercados y adelantos tecnológicos de la Industria Militar. Para esto se hace uso de herramientas que logren mayor competitividad de la empresa, mediante una adecuada planificación financiera, identificando objetivos claros de formación y crecimiento los cuales deben incluir las expectativas de actuación y preferencia de nuestros grupos sociales de interés.

Una forma que la empresa alcance los resultados de los objetivos de mediano y largo plazo, es el fortalecer un feedback o retroalimentación de experiencias de aprendizaje exitosas y no exitosas con lo cual se proporciona la capacidad y aptitud para la formación organizativa. Como segunda instancia, dentro del pensamiento organizacional está el fortalecer día a día la cultura de la medición.

El objetivo fundamental de todo el direccionamiento de la empresa, es motivar a todos los colaboradores de la organización en cualquier nivel jerárquico, para que pongan en práctica con éxito la estrategia en cada actividad a ser realizada.

Como resultado del último ejercicio estratégico realizado por el Grupo de Gerencia y las mesas de trabajo con el apoyo del Viceministerio del GSED, se presenta a continuación el siguiente direccionamiento para el cuatrienio:

MISIÓN

“Producir, importar y comercializar armas, municiones, explosivos, accesorios y sus servicios complementarios, con calidad, oportunidad e innovación, con el propósito de satisfacer las necesidades y expectativas de nuestras partes interesadas contribuyendo con responsabilidad social y ambiental al progreso del país”.

VISIÓN

“En el 2030, INDUMIL, se habrá consolidado como referente regional e innovador en el sector Industrial-Militar, mediante la fabricación y suministro de productos de alta calidad y tecnología, cumpliendo con estándares internacionales, apoyándose en alianzas estratégicas y el fortalecimiento del talento humano”

MEGA

“Con competitividad e innovación ser el aliado estratégico para los clientes de los sectores defensa, industrial, comercial, infraestructura, minero y energético del país con proyección internacional, logrando:

- * Ingresos en el periodo 2019 - 2022 por \$2,6 billones
- * Generar un Ebitda de \$290 mil millones.
- * Inversión en proyectos estratégicos por \$200,000 millones.”

PRINCIPIOS ORGANIZACIONALES

- Actitud y compromiso hacia la calidad: Comprendemos las necesidades actuales y futuras de nuestros clientes internos y externos, satisfaciendo los requisitos y esforzándonos por exceder las expectativas.
- Actitud de servicio empresarial enfocada al cliente: Actuamos con disposición permanente hacia nuestros clientes para ofrecer servicios con oportunidad, amabilidad y eficacia, siendo nuestra forma de vida.
- Comunicación interna y externa eficaz: La información que transmitimos al interior y exterior de la organización debe ser confiable, oportuna y profesional, reforzando las relaciones con nuestros colaboradores, clientes y con la comunidad.
- Mejoramiento continuo en innovación de procesos y productos: Trabajamos con los cinco sentidos atentos a reconocer las oportunidades de mejoramiento y capitalizarlas en acciones concretas que se reflejan en mejores procesos y productos como parte de nuestra cultura.
- Responsabilidad social y ambiental: Fabricamos productos con calidad, de una forma segura, sana y construyendo relaciones de mutua confianza con nuestros colaboradores, clientes y entorno.
- Enfoque basado en hechos y datos para la toma de decisiones: Analizamos y evaluamos la información basados en hechos y datos para la mejor toma de decisiones.
- Trabajo en equipo y alineación de objetivos: Promovemos el trabajo en equipo, manteniendo un ambiente laboral agradable, donde cada colaborador hace suyo.
- Participación y desarrollo del talento humano: Nuestros colaboradores son la esencia de la Organización. Contribuimos a un ambiente laboral sano y armónico que redunde en el desarrollo integral de nuestra gente.

- Enfoque basado en la gestión por procesos: Identificamos y gestionamos sistemáticamente los procesos de la Empresa y, en particular, la interacción de los mismos, con el fin de garantizar el flujo sistematizado y la eficiencia de los mismos.
- Generar competencias para agregar valor: Promovemos el desarrollo de las competencias de los colaboradores para que generen valor en nuestros públicos de interés.

VALORES CORPORATIVOS

Seguridad: Construimos una cultura de seguridad, como parte de la razón de ser de nuestra organización, para que a partir de lo individual trascienda al entorno familiar, social y laboral, para contribuir a la seguridad de nuestro país

Compromiso y sentido de pertenencia: Nos identificamos con los objetivos e intereses de la empresa, demostrando cumplimiento y seriedad en el desarrollo de nuestras actividades

Buen trato: Respetamos a todos los colaboradores, clientes, personas u organizaciones que tienen contacto directo o indirecto con nosotros como imperativos fundamentales en nuestras relaciones de trabajo.

Tolerancia: Promovemos la convivencia pacífica entre las personas, mediante el diálogo buscando puntos de acuerdo que agreguen valor personal y organizacional. Reconocemos a nuestros semejantes con derecho a ser aceptados en su individualidad y diferencia.

Responsabilidad Social: Asumimos con responsabilidad social las decisiones y actividades que desarrollamos con el Estado, colaboradores, sociedad y medio ambiente, a través de un comportamiento transparente y ético fortaleciendo relaciones de mutua confianza que contribuyan a la creación de una sociedad cada vez más justa y solidaria.

Disciplina: Nos comportamos y respondemos con sentido del deber en todas las situaciones de nuestra vida. Realizamos las labores encomendadas diligentemente, haciéndolas bien desde el comienzo y a tiempo.

Lealtad: Asumimos defendemos y difundimos los intereses de la Empresa haciéndolos propios, sintiéndonos orgullosos de ser miembros de la Organización con compromiso, constancia y cumplimiento de nuestro deber.

Transparencia y honestidad: Practicamos en el día a día la transparencia y honestidad en nuestro pensar, sentir y actuar con nosotros mismos, con nuestra familia, compañeros, comunidad y empresa.

VALORES CORPORATIVOS DE LA INDUSTRIA MILITAR

VALORES DEL GSED

Compromiso con la fuerza pública: Las actividades del grupo están al servicio de la Fuerza Pública y existe una permanente preocupación por atender sus requerimientos y necesidades.

Unidad de gestión: somos un grupo empresarial que actúa bajo una dirección unificada, en el que todas las empresas y personal trabajamos en equipo en la búsqueda de un propósito superior y de unos objetivos estratégicos comunes.

Rendición de cuentas: En el GSED rendimos cuentas de todas nuestras actuaciones de manera permanente al Ministerio de Defensa, a la Fuerza Pública y a la ciudadanía.

Diligencia: En el GSED valoramos altamente la oportunidad, excelencia y efectividad en la entrega de los bienes y servicios requeridos por la Fuerza Pública y por la ciudadanía. No hay lugar a dilaciones en tanto que está de por medio la vida y la seguridad de los ciudadanos y de los miembros de la Fuerza Pública.

Innovación: En el GSED buscamos siempre nuevas y más eficientes formas de hacer las cosas.

Cultura de buen trato: Somos una organización centrada en el respeto y la dignidad de las personas. El apoyo a sus realizaciones profesionales y el cultivo de todas sus capacidades y destrezas son esenciales para el éxito y el progreso.

Integridad y transparencia: En el GSED actuamos de forma recta intachable y cumpliendo la ley.

DECÁLOGO DE CONDUCTA

En Indumil la ética es un estilo de vida, es la forma que elegimos para relacionarnos en todos los ámbitos de nuestra vida: familiar, social y laboral a través del decálogo de conducta, el cual recoge y consolida el pensar de los funcionarios.

- Fundamento mi comportamiento en la práctica de los principios y valores institucionales y de convivencia.
- Afronto con espíritu de mejoramiento continuo el cumplimiento de mi misión personal y corporativa, para lograr estrategias de la Organización.
- Me siento orgulloso de pertenecer a la Industria Militar y doy lo mejor de mí.
- Hago uso racional y eficiente de los recursos para el cumplimiento de la misión.
- Valoro el aporte de mis compañeros, fortaleciendo la colaboración y el trabajo en equipo.
- Oriento mis acciones a la satisfacción de las necesidades de mis clientes internos y externos, dentro de la reglamentación existente.
- Conozco la política de calidad y gestión ambiental de la Empresa y cumplo cotidianamente sus normas.
- Contribuyo con un ambiente laboral sano y seguro, cuidando la naturaleza.
- Proporciono ambientes agradables de trabajo, basados en relaciones de respeto y comunicación sincera.
- Estoy comprometido con el aprendizaje permanente, para el desarrollo personal y profesional.

**PENSAMIENTO ESTRATÉGICO
Y ALINEACIÓN GOBIERNO - GSED -INDUMIL**



SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL



Indumil cuenta con un Sistema de Gestión Integral cuyos orígenes se remontan a los años 70 cuando por primera vez se obtiene el Premio Nacional de la Calidad, en la Categoría de Gran Industria y un poco más reciente el Premio Colombiano a la Calidad de la Gestión y Premio Nacional a la Excelencia y la Innovación en Gestión. En línea con esta senda, se adoptaron, implementaron y certificaron los Sistemas de Calidad NTC ISO 9001 y NTC GP 1000, Sistema de Gestión Ambiental NTC ISO 14001, Sistema de Seguridad y Salud Ocupacional NTC OHSAS 18001, Sistema de Seguridad de la Información NTC ISO/IEC 27001, Sistema de Gestión para la Competencia de los Laboratorios de Ensayo y Calibración NTC ISO/IEC 17025 y el Sistema de Gestión de Control y Seguridad de la Cadena de Suministro bajo el estándar internacional BASC.

El contar con un Sistema de Gestión Integral, basado en estándares internacionales, le ha permitido a la Empresa establecer medidas de aseguramiento de la calidad para garantizar que los procesos y productos se desarrollan bajo condiciones controladas, previniendo y mitigando el impacto de sus operaciones sobre el medio ambiente, preservando

la salud del trabajador, protegiendo sus activos de información, con laboratorios de ensayo y calibración que realizan sus actividades bajo métodos normalizados y contando con una cadena de suministro segura.

POLÍTICA DE GESTIÓN INTEGRAL

Innovar y suministrar bienes y servicios con la calidad y oportunidad requeridos, aumentando la confianza y satisfacción de los grupos sociales objetivo, mediante el uso racional de los recursos, cumpliendo las leyes, la normatividad vigente y el Manual de Gestión Integral, impactando en los resultados que permitan superar permanentemente las metas y desafíos a través de la gestión integral de sus sistemas de calidad, ambiental, seguridad y salud en el trabajo (SST), seguridad de la información, competencia de los laboratorios de ensayo y calibración, control y seguridad de la cadena de suministro, Modelo Integrado de Planeación y Gestión (MIPG) y responsabilidad social.

Mediante el mejoramiento continuo dinamizar la excelencia empresarial con fundamento en nuestra misión, visión, políticas, principios y valores, previniendo la contaminación, lesiones y enfermedades, brindando a los trabajadores un ambiente sano, confortable y seguro para eliminar los peligros, mitigar los riesgos de SST y facilitar la consulta y participación tanto de los colaboradores como de los representantes de los trabajadores, fomentando el crecimiento del capital intelectual y humano para hacer personas íntegras y comprometidas con el desarrollo sostenible de la organización, la integridad, disponibilidad y confiabilidad de la información, así como la prevención de la corrupción, el soborno y la ejecución de actividades ilícitas, contribuyendo así a los propósitos fundamentales del Estado.

MODELO DE GESTIÓN INTEGRAL

ESTADO

EMPLEADOS

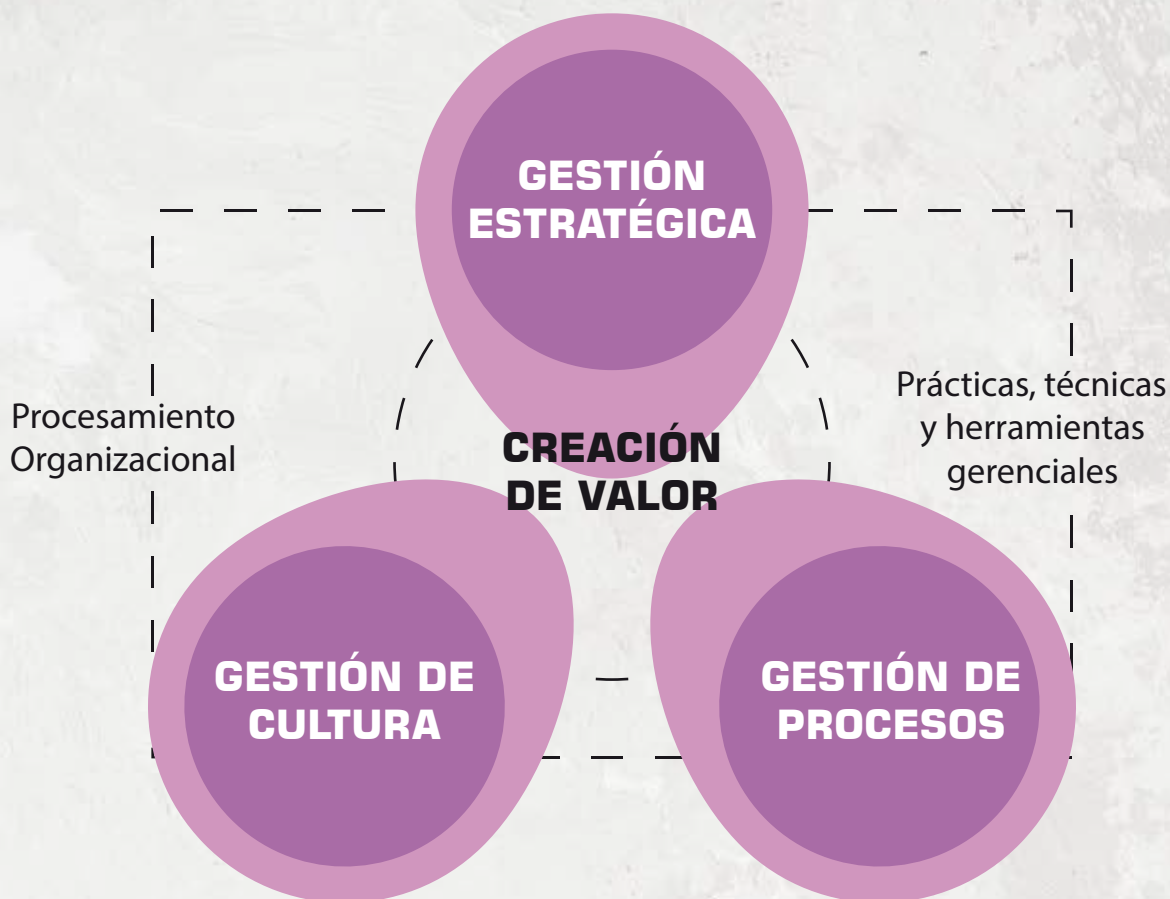
CLIENTES

PROVEEDORES

SOCIEDAD Y
COMUNIDAD

ORGANIZACIÓN

NECESIDADES Y EXPECTATIVAS



RESULTADOS Y BENEFICIOS

El modelo parte de la identificación de las necesidades y expectativas de los grupos de interés (Estado, empleados, clientes, proveedores, sociedad y comunidad, organización)

ESTADO

EMPLEADOS

CLIENTES

PROVEEDORES

SOCIEDAD Y
COMUNIDAD

ORGANIZACIÓN

La gestión estratégica, es el factor que guía todas las acciones de la Empresa hacia el futuro, el mercado y el logro de las metas para alcanzar la sostenibilidad de la organización en el tiempo.

La gestión por procesos, es realizada en el día a día por medio del ciclo de gestión PHVA + I (mejoramiento continuo e innovación) en todos los procesos los cuales interactúan y son interdependientes con los demás.

interesadas. De igual manera los procesos son comunes y están integrados para cumplir los objetivos estratégicos y operativos que ha definido la empresa.

La gestión de la cultura, corresponde al conjunto de acciones deliberadas y planeadas para crear, evolucionar y/o fortalecer los rasgos culturales deseables de la Empresa. Es el componente más importante del sistema de gestión integral.

El pensamiento organizacional, interactúa con la gestión integral para la toma de decisiones, haciendo uso de los instrumentos correspondientes.

Prácticas, técnicas y herramientas gerenciales, conformando una empresa de aprendizaje continuo al incrementar la capacidad para desarrollar las competencias organizacionales que permitan la sostenibilidad y crecimiento a largo plazo.

Estos elementos, las exigencias de nuestros clientes y la implementación de la Normatividad NTC ISO 9001, NTC GP 1000, NTC ISO 14001, NTC OHSAS 18001, NTC ISO IEC 17025, NTC ISO 27001 y BASC, OEA nos han conducido a mejorar nuestra gestión integral y trabajar por procesos, los cuales han sido clasificados como estratégicos, misionales de apoyo y evaluación, como se muestra en los siguiente esquema:

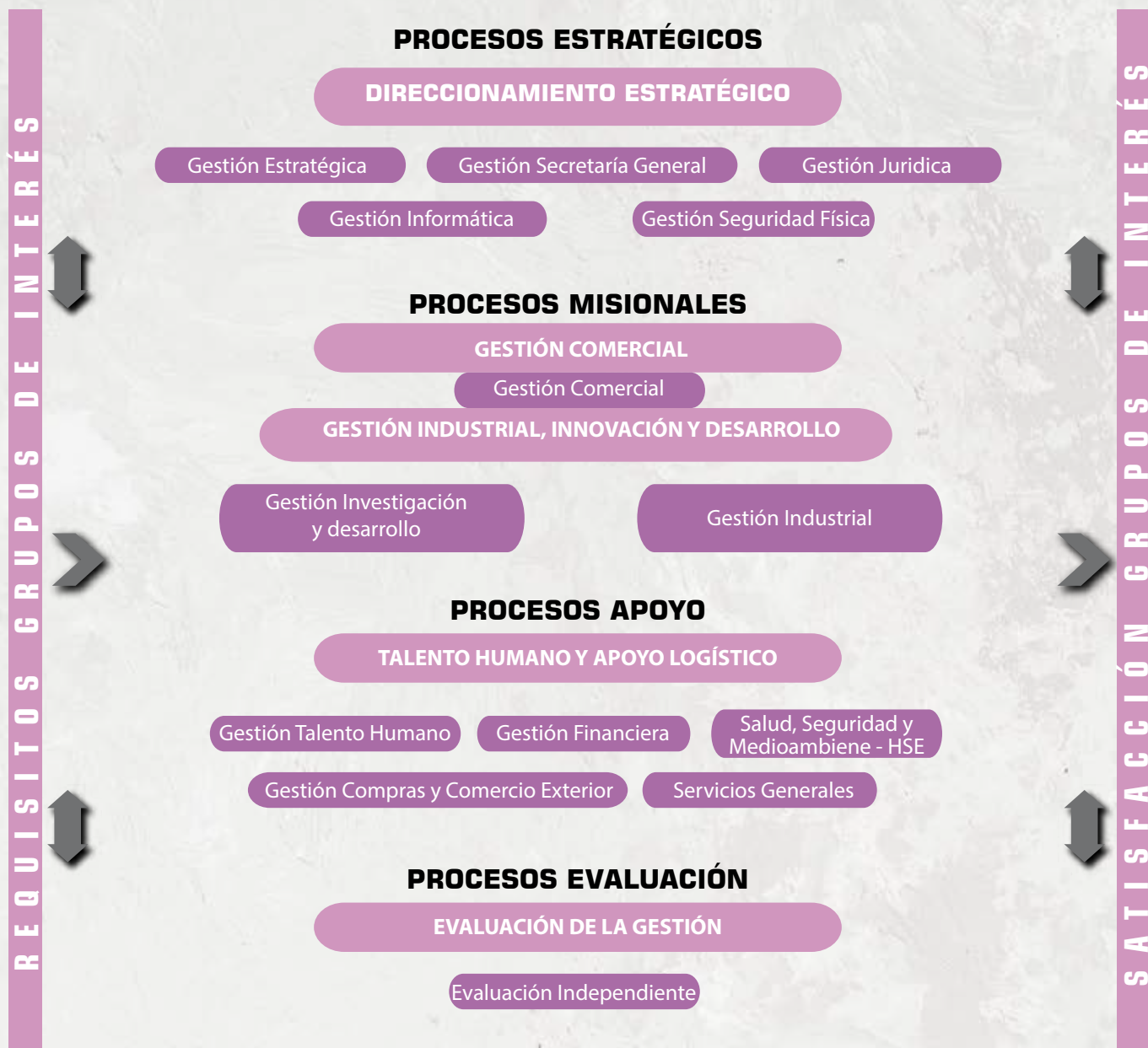


MAPA DE PROCESOS

Tipos Proceso

MACROPROCESO

PROCESO



Los procesos estratégicos se enfocan en planificación, mejoramiento y proyección institucional. Se realizan para brindar dirección a toda la organización, establecer su estrategia corporativa y darle un carácter único.

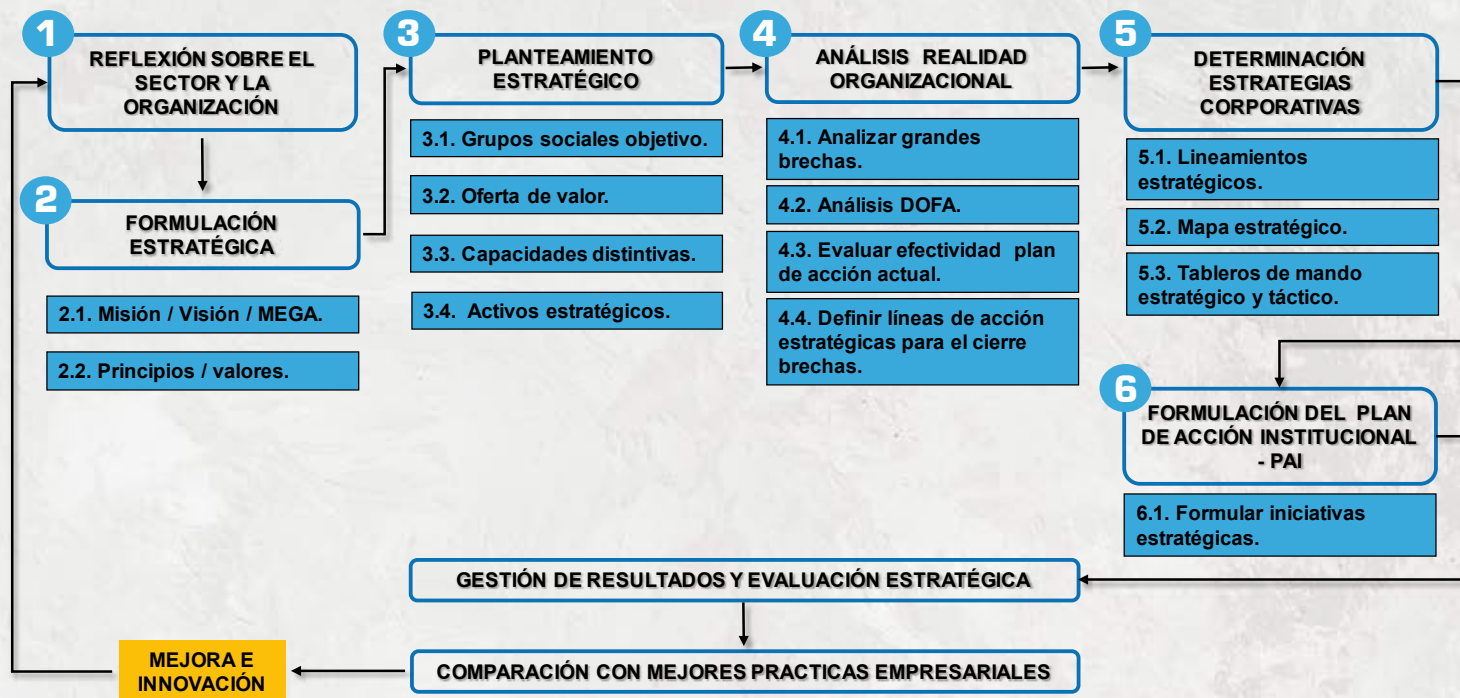
Los procesos misionales representan la esencia y el deber ser de la Entidad; mediante su ejecución se logra la entrega de los productos o servicios que los clientes externos necesitan; además hacer realidad la misión organizacional.

Los procesos de apoyo soportan el desarrollo de los procesos estratégicos y misionales, introduciendo las herramientas logísticas requeridas en la organización.

El proceso de evaluación recopilación datos para el análisis del desempeño y la mejora de la eficacia, eficiencia y efectividad de la gestión”

5. MODELO DE DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

De conformidad con la metodología adoptada, a continuación se presenta el flujo para la Definición y Gestión de la Estrategia que desarrolló la entidad:



La información de entrada del sistema es la reflexión sobre el sector y la organización, seguido de la formulación estratégica, y así paso a paso mediante el desarrollo del modelo se obtiene el plan estratégico y de acción.

La formulación de la estrategia se fundamenta por un lado en los siguientes factores críticos de éxito:



FACTORES CLAVES DE EXITO

- Pensamiento estratégico
- Enfoque sistémico o integral
- Cultura de calidad
- Satisfacción de cliente
- Cumplimiento normatividad legal
- Cumplimiento a los principios, preceptos y políticas
- Liderazgo transformado
- Innovación y gestión del conocimiento
- Valor agregado
- Respeto, participación y desarrollo humano

Dentro del proceso de direccionamiento estratégico, existen dos etapas claves en el desarrollo de la estrategia:

REFLEXIONES SOBRE EL SECTOR Y LA ORGANIZACIÓN

ANÁLISIS DE DEBILIDADES OPORTUNIDADES FORTALEZAS Y AMENAZAS -DOFA

El análisis DOFA es una evaluación práctica y sencilla para establecer y comprender lógicamente y ordenadamente los problemas, las soluciones, las mejores estrategias a adoptar, la posición de la empresa frente al mercado y la orientación básica para la toma de decisiones.

De manera generalizada se tiene que las Oportunidades y Amenazas se refieren al entorno externo, mientras que los ítems de Debilidades y Fortalezas se refieren al entorno interno, evaluando cómo estas influyen de forma positiva o negativa a la empresa.

Siguiendo la metodología establecida por el Viceministerio del GSED para el cuatrienio 2019 - 2022, a continuación se presenta el análisis DOFA y sus estrategias resultantes:

FODA - INDUMIL GENERAL

OPORTUNIDADES - (O)		AMENAZAS - (A)	
O1	Acceso a clúster de proveedores de materias primas y productos semielaborados (economías escala, contratos marco, etc.)	A1	Alta carga tributaria y régimen arancelario
O2	Aumento inversión extranjera directa en proyectos minero-energéticos e infraestructura	A2	Alta competencia de productos y servicios con mayor tecnología y menor precio
O3	Aumento necesidades, nuevos mercados y demanda nacional e internacional	A3	Alto efecto cambiario (TRM) por devaluación del peso frente al dólar (adquisición materias primas importadas)
O4	Convenios y/o alianzas estratégicas para transferencia de tecnología y financiación en proyectos con entidades públicas y privadas	A4	Aumento de intermediarios en compra y venta productos
O5	Diversificación de nuevos productos y mejores desarrollos tecnológicos	A5	Aumento progresivo en precios de materias primas e insumos de producción
O6	Interés del Gobierno Nacional proyectos estratégicos de Minería e Infraestructura	A6	Baja asignación presupuestal de las FFMM y Sector Defensa
O7	Mejores tecnologías, procesos administrativos y productivos por implementar	A7	Bajo nivel de avance y desarrollo de grandes proyectos de infraestructura
O8	Política del Ministerio de Defensa para la compra a las entidades del Sector Defensa	A8	Bajos precios internacionales de minerales (carbón, petróleo y oro)
O9	Posibilidad de producción en zonas francas	A9	Cambios de legislación, normas o leyes restrictivas
O10	Posicionamiento de productos propios en mercados internacionales	A10	Explotación minera ilegal, contrabando y mercado ilícito de explosivos
O11	Proyectos Offset a través del Gobierno Nacional y Ministerio de Defensa	A11	Inconformidad del sector minero en trámites aprobatorios por parte del DCCA
O12	Realizar convenios con entidades educativas para formación de personal	A12	Incumplimiento y mala calidad en materias primas y producto terminado por los proveedores
O13	Sustitución de importaciones por producción nacional	A13	Interés de empresas competidoras del sector de explosivos de entrar al mercado
O14	Posicionamiento de Colombia a todo nivel en la Región	A14	Pérdida de imagen institucional y confianza de clientes
O15	Nuevas tecnologías en el sector defensa, minero, vial, energético	A15	Perdida del mandato constitucional de carácter monopólico
O16	Aplicación y sensibilización de legislación medio Ambiental y de Seguridad y Salud en el trabajo	A16	Sustitución de productos nacionales por importados debido a incumplimientos a los clientes
O17	Referenciamiento de productos en el sector Defensa	A17	Alto nivel de riesgo e impacto de los procesos desarrollados (Naturaleza peligrosa)

FORTALEZAS - (F)		DEBILIDADES - (D)	
F1	Amplia cadena de comercialización y distribución (Almacenes comerciales)	D1	Alta dependencia de materias primas importadas y pocos proveedores
F2	Amplia infraestructura y capacidad instalada productiva	D2	Alta rotación de personal, baja competitividad salarial, temporalidad y pérdida de know how
F3	Asistencia técnica especializada	D3	Altos costos en procesos de producción, no calidad, desperdicios y mantenimientos correctivos
F4	Convenios, estrategias y alianzas de coproducción y producción in situ y descentralizadas	D4	Baja crecimiento en ventas y rentabilidad
F5	Experiencia, compromiso, good will y know how	D5	Baja Modernización organizacional, tecnológica y de infraestructura
F6	Garantía de productos y servicios	D6	Bajo análisis, referenciamiento, captación y proyección de mercado
F7	Laboratorios acreditados bajo la norma ISO 17.025	D7	Bajo uso de capacidad instalada y modernización tecnológica
F8	Misión por mandato constitucional de carácter monopólico	D8	Debilidades de I+D+i de productos, servicios, procesos y protección de la propiedad intelectual
F9	Propio portafolio de productos	D9	Debilidades en la cadena logística (proveedores, materias primas y almacenamiento, etc.)
F10	Servicio post venta	D10	Debilidades en políticas de precios, costos y gastos
F11	Sistemas de Gestión Integral certificados	D11	Debilidades en procesos de contratación, jurídicos, administrativos., financieros, técnicos (planificación y oportunidad de respuesta)
F12	Solidez administrativa, financiera y presupuestal	D12	Dependencia de procesos productivos tercerizados
F13	Sentido de pertenencia y compromiso de los empleados de la organización	D13	Incumplimientos de compromisos de entregas

FORTALEZAS - (F)		Estrategias OFENSIVAS		Estrategias DEFENSIVAS	
F1	Amplia cadena de comercialización y distribución (Almacenes comerciales)	(F): 1-3-5-6-10 (O): 4-10-13	* Diseñar e implementar un programa de incursión en nuevos mercados mediante Internacionalización	(F): 1-2-5-11-12 (A): 2-3-4-5-8-12-14-16	* Diseñar e implementar un programa de vigilancia normativa internacional para la incursión en nuevos mercados
F2	Amplia infraestructura y capacidad instalada productiva	(F): 1-2-3-4-5-6-7-8-12 (O): 2-3-4-6-10-13	* Aumentar participación en los proyectos de interés nacional y estratégicos (PINES) del Gobierno Nacional. *mejorar la seguridad de procesos en la producción	(F): 1-5-8-11-12 (A): 2-3-4-5-6-8-12-13-14-15-16	*Optimizar el ciclo administrativo del proceso de contratación (Selección, homologación de proveedores, precios y cantidades de compra, modalidades de contratación - contratos marco, etc.) para la adquisición bienes y servicios, elaborar un programa de renovación de maquinaria y equipo. (Por fábrica), mejorar la Integridad de sistemas operativos y procesos mediante la aplicación de principios de diseño especializados inherentemente seguros, gestionar la Integridad de los activos
F3	Asistencia técnica especializada	(F): 3-5--10-11-12 (O): 3-7-10-12	* Comprender y fortalecer la gestión humana desde el concepto de socio estratégico de la organización, a través de la Preservación de la vida, mejorar las competencias de nuestros colaboradores y su bienestar	(F): 2-4-5-6-8-9-10 (A): 2-7-9-13-14-15-17	* Fortalecer las competencias del personal, diseño y ejecución de un modelo de gestión del conocimiento para la empresa, mejorar el nivel de satisfacción y percepción del cliente externo.
F4	Convenios, estrategias y alianzas de coproducción y producción in situ y descentralizadas	(F): 1-2-3-5-6-7-8-9-10-11-12 (O): 1-2-3-4-6-10-13	* Diseñar e implementar un programa de incursión en nuevos mercados mediante Internacionalización.	(F): 3-5-6-7-9-10-11-12 (A): 2-4-12-14-15-16	* Fortalecer relaciones y vínculos industriales y comerciales con Sector Defensa y clientes nacionales e internacionales; así como diseñar e implementar un programa de vigilancia normativa internacional para la incursión en nuevos mercados
F5	Experiencia, compromiso, good will y know how	(F): 2-3-5-6-7-11-12 (O): 2-3-4-5-10-13	* Mantener y asegurar la calidad de los productos y servicios, garantizando la satisfacción y atención oportuna a necesidades de clientes. - PE	(F): 1-2-3-4-5-8-11-12 (A): 2-3-5-12-16	Diseñar y ejecutar un modelo de gestión del conocimiento para la empresa y elaborar y ejecutar el programa para homologación y desarrollo de proveedores por elemento crítico, mediante el desarrollo, convenios y alianzas .
F6	Garantía de productos y servicios	(F): 2-3-5-6-7-11-12 (O): 2-3-4-5-10-13	* Fortalecer los procesos de I+D+i en función de necesidades del cliente, optimizando y automatizando los procesos productivos, para la implementación de nuevas y últimas tecnologías inteligentes.	(F): 1-2-4-5-6-7-8-9-10-11 (A): 2-5-6-8-9-10-12-13-14-15-17	Identificar nuevas necesidades de productos y servicios por línea clasificados por Fuerzas Militares o de Policía y demás partes interesadas
F7	Laboratorios acreditados bajo la norma ISO 17.025	(F): 2-3-5-6-7-8-9-10-11-12 (O): 1-2-3-4-6-8-11-13	* Fortalecer relaciones y vínculos industriales y comerciales con Sector Defensa y clientes nacionales e internacionales.	(F): 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14-15-16-17 (A): 2-5-12-14-15-16-17	Fortalecer los sistemas de gestión integral y la cadena logística y productiva.
F8	Misión por mandato constitucional de carácter monopolístico	(F): 2-3-5-6-7-11-12 (O): 2-3-4-5-10-13	* Fortalecer y generar alianzas estratégicas para la creación de nuevas capacidades productivas y de servicios, así como la optimización, automatización, transferencia de tecnología y financiación de altos montos de inversión.	(F): 2-4-6-8-9-12-13 (A): 2-7-11-12-17	Mejorar la identificación, formulación y estructuración de nuevos proyectos de inversión y elaborar y ejecutar un plan de trabajo a fin actualizar las capacidades en cuanto a Organización y Métodos de los procesos del sistema de Gestión Integral, fortalecer la gestión jurídica y defensa institucional.
F9	Propio portafolio de productos	(F): 2-3-5-6-10-11-12 (O): 2-3-5-6-10-13	* Mejorar la gestión comercial mediante el referenciamiento, estudios de mercado y estrategias comerciales que permitan incrementar los ingresos por ventas nacionales e internacionales. -PE	(F): 2-3-5-6-10-11-12 (A): 2-3-4-5-6-8-9-11-13-17	Realizar estudios de mercado para todos los nuevos productos propuestos en el proceso I+D+i
F10	Servicio post venta	(F): 2-5-6-7-10-11 (O): 2-3-5-6-10-13	* Utilizar y optimizar la capacidad instalada de fabricación para disminuir los costos e insumos de producción.	(F): 1-3-4-5-6-7-8-9-11 (A): 2-4-7-8-11-13-14-15-16-17	Mejorar el nivel de satisfacción y percepción del cliente externo

FORTALEZAS - (F)		Estrategias OFENSIVAS		Estrategias DEFENSIVAS	
F11	Sistemas de Gestión Integral certificados	(F):3-4-5-6-7-8-11-12-13 (O):2-3-4-5-6-7-10-11-12-14-16-17	Implementar sistemas de información y las comunicaciones efectivas, seguras y que cumplan lineamientos del gobierno.	(F):3-4-5-6-7-8-11-12-13 (A):5-6-7-9-11-12-13-14-15-16-17	Fortalecer los sistemas de gestión integral y la cadena logística y productiva, mejorar la formulación de iniciativas estratégicas del plan de acción por proceso, mejorar el índice de Gestión y Desempeño de la Industria Militar MIPG,
F12	Solidez administrativa, financiera y presupuestal	(F): 1-2-4-6-8-9-10 (O): 1-2-4-5-7-9-10-13-14-15-16-17	Diseñar e implementar estrategias para lograr incrementar los rendimientos financieros, la consecución de recursos para el fondeo del pasivo Pensional	(F): 1-2-4-6-8-9-10 (A): 1-3-4-5-9-14-15	Gestionar el presupuesto de ingresos y gastos, controlar el flujo de caja
F13	Sentido de pertenencia y compromiso de los empleados de la organización	F): 3-5-8-9-12 (O): 1-2-3-5-6-12-14	Definir e implementar el programa de mejoramiento de la imagen corporativa y comunicaciones	(F): 3-5-8-9-12 (A): 2-6-7-9-11-13-14-15-16-17	Gestionar de las lecciones aprendidas en la Industria Militar, Definir y desarrollar las actividades del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano - PAAC. Mejorar el sistema de gestión y administración de riesgo de acuerdo con la normatividad aplicable.

DEBILIDADES - (D)		Estrategias OFENSIVAS		Estrategias DEFENSIVAS	
D1	Alta dependencia de materias primas importadas y pocos proveedores	(D): 2-3-4-5-7-8-9-10-11 (O): 1-3-5-9-10-13	* Potencializar las líneas de negocio de mayores ingresos y rentabilidad.	(D): 2-11 (A): 2-12-14-15-16	* Transmitir una imagen de cercanía con el cliente, posicionamiento frente a nuestros competidores, que sirva como motivación para los empleados para que de esta forma se transmita confianza y solidez a nuestros grupos de interés.
D2	Alta rotación de personal, baja competitividad salarial, temporalidad y perdida de know how	(D): 2-8-11 (O): 2-3-4-5-6-7-8-10-11-12-13	* Desarrollar e Implementar el Programa educativo, de becas y capacitación para el fortalecimiento de la gestión del conocimiento, y orientación a objetivos, a través de alianzas educativas que permitan desarrollar habilidades y competencias a nivel técnico, profesional y de estudios avanzados.	(D): 1-3-4-5-7-8-9-10-11-12 (A): 2-3-5-12-14-15-16	* Continuar con la implementación de estrategias de incentivos para la disminuir la rotación de personal.
D3	Altos costos en procesos de producción, no calidad, desperdicios y mantenimientos correctivos	(D): 3-4-5-7-8-9-10-11-12-13 (O): 1-3-5-9-10-13	* Implementar programa de renovación de maquinaria y equipo una vez finalizado su ciclo de vida útil y mejorar el índice de calidad	(D): 4-5-7 (A): 4-8	Conseguir socios estratégicos en la industria minera y de infraestructura del país.
D4	Baja crecimiento en ventas y rentabilidad	(D): 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13 (O): 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13	* Realizar el proceso de modernización institucional, mediante el fortalecimiento del gobierno corporativo y estructura organizacional, la renovación tecnológica, así como el mejoramiento y fortalecimiento de los procesos administrativos, productivos y de investigación, desarrollo e innovación (I+D+i) de la Entidad, para atender con calidad y oportunidad los requerimientos y necesidades de nuestras partes interesadas. PE	(D): 4-6-7-9 (A): 4-8	Mejorar la gestión comercial mediante el referenciamiento, estudios de mercado y estrategias comerciales que permitan incrementar los ingresos por ventas nacionales e internacionales
D5	Baja Modernización organizacional, tecnológica y de infraestructura	(D): 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13 (O): 1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14-15-16-17	Realizar el proceso de modernización institucional,	(D): 4-7 (A): 4-8	Fortalecer relaciones y vínculos industriales y comerciales con Sector Defensa y clientes nacionales e internacionales.

D6	Bajo análisis, referenciamiento, captación y proyección de mercado	(D):1-4-6-7-8-9-10-11-12-13 (O):1-2-3-4-5-6-11-14-17	Mejorar la gestión comercial mediante el referenciamiento, estudios de mercado y estrategias comerciales que permitan incrementar los ingresos por ventas nacionales e internacionales	(D): 4-6-7-9 (A): 2-4-5-6-9-11-14-16	Diseñar e implementar plan de mercadeo por línea de producto, así como diseñar un plan para satisfacer la necesidad del país de contar con su reserva estratégica (cargas básicas).
D7	Bajo uso de capacidad instalada y modernización tecnológica	(D):2-3-4-5-6-7-8-9-11 (O): 2-3-4-5-6-7-11-13-14-15-17	Elaborar un programa de renovación de maquinaria y equipo, utilizar y optimizar la capacidad instalada de fabricación para disminuir los costos e insumos de producción.	(D): 3-5-6-7-9-11-12 (A):2-9-10-12-14-16-17	Mejorar la Integridad de sistemas operativos y procesos mediante la aplicación de principios de diseño especializados inherentemente seguros, gestionar la Integridad de los activos
D8	Debilidades de I+D+i de productos, servicios, procesos y protección de la propiedad intelectual	(D): 4-6-7-8-9-10-11-12-13 (O): 1-2-3-4-5-7-10-11-14-17	Realizar estudios de mercado para todos los nuevos productos propuestos en el proceso I+D+i, mejorar el sistema de gestión y administración de riesgo de acuerdo con la normatividad aplicable	(D):5-6-8-11 (A): 1-2-7-9-13-14-15-17	Fortalecer la gestión jurídica y defensa institucional, avance en el registro de patentes, marcas y diseños industriales
D9	Debilidades en la cadena logística (proveedores, materias primas y almacenamiento, etc.)	(D):1-3-6-9-10-11-12-13 (O): 1-5-7-8-9-10	Mejorar la ejecución del programa de adquisiciones de bienes y servicios	(D): 1-3-6-9-10-11-12-13 (A):2-4-5-8-9-12-13-14-15-16	Ejecutar el programa para homologación y desarrollo de proveedores, mejorar la planificación de necesidades de comercialización, producción y funcionamiento.
D10	Debilidades en políticas de precios, costos y gastos	(D):1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13 (O):1-2-3-4-5-6-7-8-9-10-11-12-13-14-15-16-17	Mejorar la planificación de necesidades de comercialización, producción y funcionamiento.		
D11	Debilidades en procesos de contratación, jurídicos, administrativos., financieros, técnicos (planificación y oportunidad de respuesta)	(D):1-4-5-6-7-8-10-11 (O):1-2-4-6-7-11-12-14-16	Fortalecer relaciones y vínculos industriales y comerciales con Sector Defensa y clientes nacionales e internacionales.	(D):1-4-5-6-7-8-10-11 (A): 1-8-9-13-14-16-17	Diseñar y ejecutar el programa Estratégico y de previsión de Talento Humano integrando las políticas y prácticas de personal con las prioridades de la entidad
D12	Dependencia de procesos productivos tercerizados	(D):1-3-6-9-10-11-12-13 (O): 1-5-7-8-9-10	Elaborar y ejecutar un programa para actualizar y hacer uso del directorio de proveedores.		
D13	Incumplimientos de compromisos de entregas	(D):2-3-4-5-6-8-9-10-11-12-13 (O): 2-3-4-6-8-10-12-14-16-17	Mejorar el nivel de satisfacción y percepción del cliente externo.		

GRUPOS SOCIALES OBJETIVO

Los grupos sociales objetivo son los sectores o grupos de clientes hacia los que la Industria Militar encamina todos sus esfuerzos y atiende en forma eficiente.

ESTADO

Contribuir al cumplimiento de la Política Integral de Seguridad y Defensa para la Prosperidad

ORGANIZACIÓN

Generar ventaja competitiva sostenible. Apoyar de manera eficaz y medible a consolidar la seguridad y la paz a través del suministro de bienes y servicios que apoyen la Defensa Nacional y el desarrollo del país.

PRODUCTOS MILITARES

Ejército Nacional
Armada Nacional
Fuerza Aérea
Policía Nacional
Organismos de Seguridad del Estado

METALMECÁNICO Y MICROFUNDICIÓN

Cementeras
Empresas minería
Sector alimenticio
Sector metalmecánico
Sector salud
Sector automotriz
Industria Naval (Cotecmar)
Industria Petrolera
Sector Agropecuario

CLIENTES

Asegurar el suministro de productos y servicios de alta calidad, seguros confiables y oportunos en productos militares, emulsiones, explosivos, armas y municiones, productos químicos y metalmecánicos, conociendo y satisfaciendo las necesidades del usuario final.

EMPLEADOS

Propender por un ambiente laboral sano y armónico que contribuya al desarrollo integral de las personas.

ARMAS Y MUNICIONES

Organismos de Seguridad del Estado
Compañías de Vigilancia y Transportadora de Valores
Deportistas
Particulares en General

SERVICIOS

Fuerzas Militares, Sector industrial, industria naval, empresas de blindajes (Servicios de Laboratorios de ensayos)
Sector minero (Voladuras)
Fuerzas y particulares (Mantenimientos)
Compañías sísmicas y de sector minero (Capacitaciones)
Fuerzas y sector privado (Importaciones)
Entidades de seguridad del Estado y

PROVEEDORES

Vínculos de confianza, transparencia y aprendizaje compartido.

SOCIEDAD Y COMUNIDAD

Contribuir al progreso del país y a la construcción de una sociedad mejor. Cumplir el medio ambiente y cumplir la normatividad legal.

EXPLOSIVOS Y AGENTES DE VOLADURA

Grande y mediana minería a cielo abierto (Carbón, Níquel)
Obras de infraestructura (Vial y energética)
Exploración y explotación petrolera
Minería subterránea (Oro, Esmeraldas, Carbón)
Construcción (Calizas y agregados)

MERCADO INTERNACIONAL

Fuerzas armadas extranjeras
Israel, El Salvador, Guatemala, Panamá, Costa Rica, Sudáfrica, Chile, Perú, Paraguay, México, India, EEUU, Ecuador, Guayana, Surinam.

QUÍMICOS Y NITROCELULOSA

Sector industrial
Industria química



ARMAS



MUNICIONES



EXPLOSIVOS



METALMECÁNICA



SERVICIOS



PRODUCTOS MILITARES



PRODUCTOS QUÍMICOS



MERCADEO INTERNACIONAL

VALOR DIFERENCIADO

- Precio
- Capacitación en el uso de productos
- Trazabilidad
- Servicio Posventa
- Asesoría personalizada
- Maniobrabilidad
- Mantenimiento In Situ
- Seguridad
- Respaldo
- Garantía
- Confiabilidad
- Mantenimiento
- Disponibilidad
- Créditos
- Asistencia Técnica
- Durabilidad
- Asistencia
- Comercial
- Oportunidad de respuesta
- Posicionamiento de marca
- Versatilidad de producto
- Productos probados en combate

ACTIVOS ESTRATÉGICOS

- Infraestructura Industrial y Comercial
- Tecnología
- Competencia del talento humano
- Protección de la propiedad intelectual e industrial
- Respaldo consuetudinario
- Líneas de producción flexibles
- Conocimiento Know How
- Marca INDUMIL
- Gestión comercial
- Canal de distribución
- Laboratorios acreditados

CAPACIDADES DISTINTIVAS

- Participación de clientes en el desarrollo de productos
- Diversificación
- Solidez
- Autonomía
- Garantía
- Experiencia
- Recurso Humano
- Agentes y representantes comerciales
- Sistemas de Gestión Certificados
- Imagen Corporativa
- Menores precios que los importados,
- Apoyo a la ciudadanía en general,
- Logística de distribución y entrega de material
- Documentación Técnica
- Alianzas Estratégicas
- Respaldo
- Soporte de marca
- Disponibilidad inmediata

ANÁLISIS DE LA REALIDAD ORGANIZACIONAL

IDENTIFICACIÓN Y ANÁLISIS DE BRECHAS

Etapa del proceso en la cual se puso en práctica el arte de identificar y cerrar brechas, teniendo como referente la realidad organizacional, los grandes propósitos o definiciones y las acciones estratégicas, como se muestra en el siguiente esquema



Garantizar un permanente y adecuado análisis de la realidad organizacional

Realidad organizacional
(Análisis situacional)



Grandes propósitos o definiciones:

- Misión
- Visión
- Oferta de valor y capacidades distintivas
- Activos estratégicos



Acciones estratégicas

La identificación y análisis de brechas es un método alternativo para hacer el análisis situacional de la organización



N°.	PERSPECTIVA	BRECHAS
1	Responsabilidad Social	Necesidad de fortalecer la cultura de Responsabilidad Social.
2	Financiera	Caída progresiva de las ventas en (cantidades e ingresos en algunas líneas).
3		Bajo margen de rentabilidad en algunos productos
4		Debilidad en la optimización de costos y gastos.
5	Clientes	Debilidad en la investigación de mercados e incursión a nuevos países.
6		Desarrollo de nuevos productos sin suficiente información de las necesidades del cliente.
7	Procesos Internos	Debilidad en el proceso contratación de la empresa.
8		Deficiencia en el aseguramiento de calidad en los productos.
9		Deficiencia en el control de los derechos legales, comerciales y constitucionales de Indumil.
10		Debilidad en el manejo y control de los niveles de inventarios de materias primas, productos en proceso y terminados.
11		Débil administración y gestión del riesgo
12		Incumplimiento de los programas de ventas producción y compras.
13		Aumento de costos por no calidad, desperdicios y mantenimientos correctivos.
14		Debilidad en la formulación, evaluación y ejecución de proyectos
15		Exceso de trámites, documentos y registros al interior de la empresa.
16		Debilidad en el proceso de asesoría técnica en algunas líneas de negocio
17	Aprendizaje y crecimiento	Limitada innovación y desarrollo de productos y servicios.
18		Falta de competitividad salarial frente al sector.
19		Alta rotación de capital humano calificado.
20		Débil ejecución de la estrategia en cada uno de los niveles.

Tomando como base los elementos de la misión, la visión, la oferta de valor, las capacidades distintivas y los activos estratégicos, se analizó la actualidad de la empresa, a través del análisis DOFA y la identificación y análisis de brechas, con el propósito de identificar, formular e implementar las acciones estratégicas necesarias que aseguren el cierre de brechas.

PLAN ESTRATEGICO 2019 - 2022

En ese orden de ideas, la Industria Militar elaboró los Planes Estratégico para el cuatrienio 2019 – 2022 y de acción 2020, los cuales se alinean con las políticas, prioridades del Gobierno, planes y objetivos sectoriales, la articulación se efectuó a través de la consolidación de instrumentos administrativos de gestión, como el Balanced Scorecard (BSC), herramienta gerencial cuya aplicación busca el enlace entre la estrategia, los procesos y las competencias para permitir un mayor desempeño individual y de la organización a través de una mejor alineación de las metas empresariales.

La orientación estratégica de INDUMIL para el periodo 2019 - 2022 se fundamenta en los objetivos estratégicos, los programas y subprogramas sectoriales como en las políticas, objetivos y estrategias institucionales, teniendo en cuenta una serie de actividades, recursos, directrices y metas que son los insumos para la consolidación del plan estratégico, tal como se evidencia a continuación:



ALIANZAS ESTRATÉGICAS

- Fortalecer y generar nuevas alianzas estratégicas empresariales a nivel público y privado
- Mejorar la responsabilidad social empresarial /desarrollo de producciones más eficientes y productos con menor impacto ambiental)
- Optimizar los procesos productivos (desarrollo de productos y de comercialización)
- Fortalecer la cadena de suministro (planificación y gestión de todas las actividades en compras, abastecimiento, almacenamiento, fabricación, distribución y logística hasta el cliente final)

GESTIÓN DEL TALENTO HUMANO Y DEL CONOCIMIENTO

- Fortalecer la gestión de talento humano, el desarrollo y la potencialización de las competencias de nuestros colaboradores a través del programa educativo de becas, capacitación y desarrollo operativo, técnico, tecnológico y profesional.
- Innovar y adaptarse a los cambios del entorno logrando las metas organizacionales propuestas.

SEGURIDAD EN LOS PROCESOS Y MANTENIMIENTO

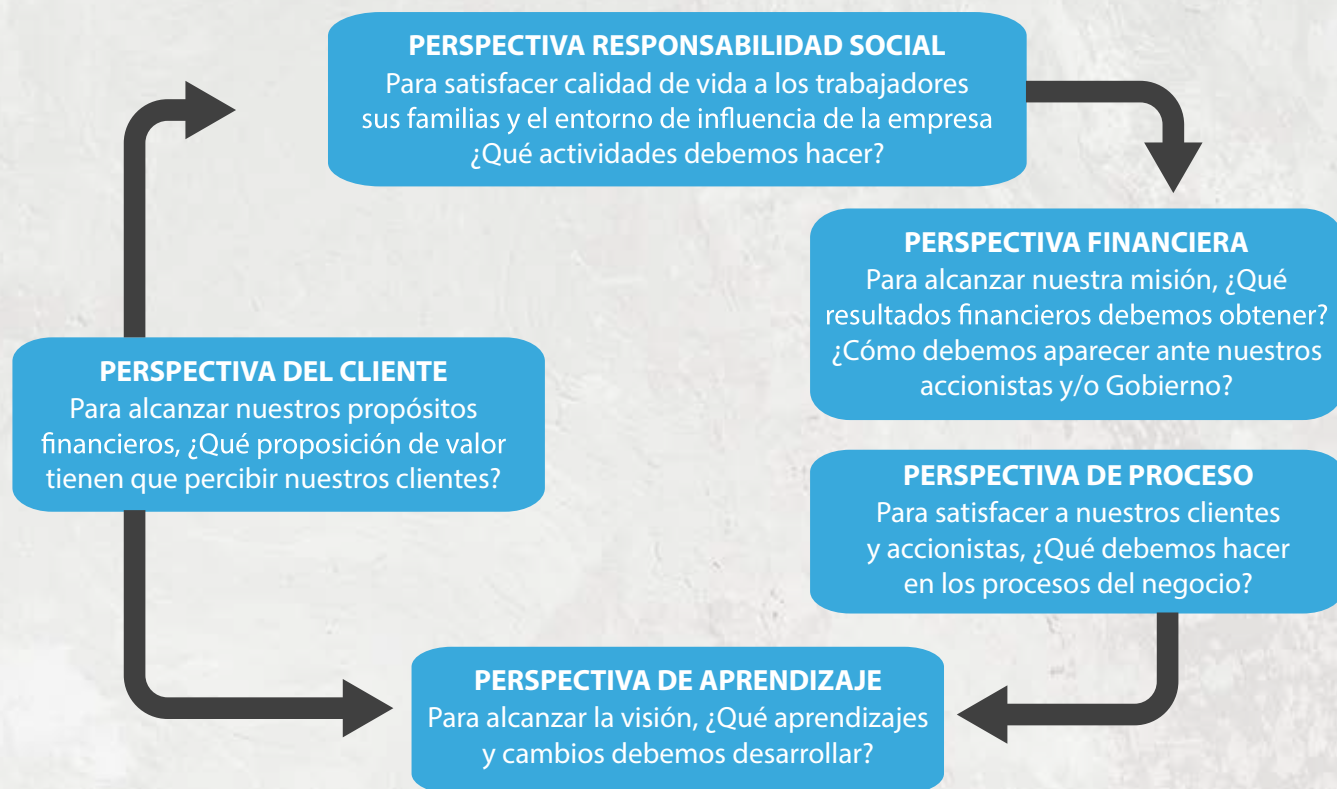
- Prevenir y controlar los riesgos que tienen el potencial de liberar dolo o deterioro de la seguridad personal, seguridad industrial y el medio ambiente.
- Mejorar la integridad de sistemas operativos y procesos mediante la aplicación de principios de diseños inherentemente más seguros (SID), técnicas de ingeniería, operativas y participación de expertos

INTERNAACIONALIZACIÓN

- Diseñar e implementar estrategias de internacionalización que permitan el fortalecimiento y la incursión de nuevos mercados.

MODERNIZACIÓN INSTITUCIONAL

- Realizar el proceso de modernización Institucional
- Renovar la infraestructura y tecnología (Plantas, maquinaria, equipos y TIC's), fortalecer la imagen corporativa (Good Will y Know How)
- Mejorar y fortalecer los procesos administrativos, productivos y de I+D+i
- Fortalecer las comunicaciones estratégicas (internas y externas)



ETAPAS PARA LA DEFINICIÓN DE OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



CUADRO DE MANDO ESTRATÉGICO 2019-2022



INDICADORES CUADRO DE MANDO ESTRATÉGICO 2019-2022

Responsabilidad Social	PARTICIPACIÓN ESTATAL		NIVEL DE CUMPLIMIENTO DE VENTA DE EXPLOSIVOS		DISMINUIR LA GENERACIÓN DE RESIDUOS PELIGROSOS			
Financiera	Incrementar la utilidad operacional		Incrementar la utilidad neta		Mejorar el margen Ebitda		Mejorar los rendimientos financieros	
Clientes y Mercado	Ahorrar costos en compras de materias primas		Incrementar ingresos totales por ventas netas		Mejorar el indice de desempeño insitucional MIPG - FURAG		Nivel de satisfacción y percepción del cliene externo	
Procesos Internos	Nivel de avance del estudio de reestructuración		Numero de proveedores desarrollados		Disminuir gastos de administración, operación y ventas		Mejorar el índice de calidad	
	Nivel de avance del estudio de reestrcturación		Nivel de cumplimiento dell Programa de producción		Recursos comprometidos proyectos de Inversiones		Nivel de avance del plan de acción institucional-PAI	
	Nivel de avance en la implementación del plan de mejoramiento de seguridad de los procesos en la producción		Nivel de avance en la implementación del PETI		Nivel avance indetificación productos y procesos que requieren socios estratégicos			
Aprendizaje y crecimiento	Número de proctos y servicios actuales mejorados		Número de neuvs productos y servicios desarrollados		Avance programa de becas, capacitación y desarrollo operativo, técnico, tecnológico y profesional		Nivel de avance del programa de bienestar	

METAS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

PERSPECTIVA RESPONSABILIDAD SOCIAL



(Contribuir al desarrollo del país)

Aportar recursos a la nación por valor de \$829.150 millones.



(Contribuir al desarrollo del país)

Lograr ingresos por venta de explosivos y emulsiones por valor de \$2.2 billones.



(Contribuir con la protección del medio ambiente)

Disminuir un 20% la generación de residuos peligrosos al pasar de 316.114 kilos a 254.090 kilos.

PERSPECTIVA FINANCIERA



(Incrementar la utilidad)

Lograr utilidad operacional por valor de \$239.004 millones.



(Incrementar la utilidad)

Lograr un EBITDA por valor de \$290.500 millones.



(Incrementar la utilidad)

Generar utilidad neta por valor de \$177.344 millones.



(Incrementar Rendimientos Financieros)

Obtener rendimientos financieros por \$16,217 Millones.

PERSPECTIVA CLIENTES DE MERCADO



(Incrementar participación en mercados nacionales e internacionales)

Lograr ingresos en exportaciones por valor de \$250.000 millones.



(Incrementar participación en mercados nacionales e internacionales)

Lograr ingresos por ventas por valor de \$2.6 billones.



(Mejorar la imagen institucional)

Cumplir en un 100% los planes de acción de MIPG.



(Mejorar la imagen institucional)

Lograr un nivel de satisfacción y percepción del cliente externo del 4,4.

PERSPECTIVA PROCESOS INTERNOS



(Modernizar y optimizar los procesos)
Lograr ahorros en compras de materias primas por valor de \$26.247 millones.



(Modernizar y optimizar los procesos)
Lograr el desarrollo de 48 proveedores.



(Modernizar y optimizar los procesos)
Disminuir un 2,5% los gastos de administración, operación y ventas del al pasar de 14.8% a 12,3%.



(Modernizar y optimizar los procesos)
Lograr un índice de calidad mayor al 99%.



(Modernizar y optimizar los procesos)
Cumplir 100% las actividades programadas para cada vigencia.



(Modernizar y optimizar los procesos)
Cumplir 100% el programa de producción.



(Modernizar y optimizar los procesos)
Comprometer \$200.683 millones en proyectos de inversión.



(Modernizar y optimizar los procesos)
Cumplir 100% el plan de acción institucional - PAI formulado para cada vigencia.



(Modernizar y optimizar los procesos)
Cumplir 100% el plan de acción del Plan estratégico tecnologías de información - PETI formulado para cada vigencia.



(Fortalecer y generar alianzas estratégicas)
Cumplir 100% el plan de acción formulado para el mejoramiento de seguridad de procesos en la producción.

PERSPECTIVA APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO



(Desarrollar nuevos productos y servicios y Mejorar los actuales)
Mejorar 20 productos y servicios



(Desarrollar nuevos productos y servicios y Mejorar los actuales)
Desarrollar 10 nuevos productos y servicios.



(Preservar la vida, mejorar las competencias de nuestros colaboradores y su bienestar)
Cumplir 100% el programa educativo, de becas, capacitación y desarrollo, operativo, técnico, tecnológico y profesional.



(Preservar la vida, mejorar las competencias de nuestros colaboradores y su bienestar)
Cumplir 100% el programa de bienestar. formulado para cada vigencia.

TEMPLO ESTRATÉGICO

MEGA 2019-2022

- * Ingresos en el periodo 2019 - 2022 por \$2,6 billones
- * Generar un Ebitda de \$290 mil millones.
- * Inversión en proyectos estratégicos por más de \$200.000 millones."

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

1. Preservar la vida, mejorar las competencias de nuestros colaboradores y su bienestar
2. Contribuir al desarrollo del país
3. Contribuir con la protección del medio ambiente
4. Incrementar la utilidad.
5. Incrementar rendimientos financieros
6. Incrementar participación en mercados nacionales e internacionales.
7. Mejorar la Imagen Institucional.
8. Modernizar y optimizar los procesos - Diseños internamente seguros (SID).
9. Fortalecer y generar alianzas estratégicas.
10. Desarrollar nuevos productos y servicios y Mejorar los actuales.

MODERNIZACIÓN
INSTITUCIONAL

ALIANZAS
ESTRATÉGICAS

INTERNACIONALIZACIÓN

GESTIÓN DEL
TALENTO HUMANO Y
DEL CONOCIMIENTO

SEGURIDAD EN LOS
PROCESOS Y
MANTENIMIENTO

Tecnologías de la información y las comunicaciones

LINEAMIENTOS ESTRATÉGICOS 2019-2022



Modernización Institucional

El Plan de Reestructuración Institucional, le permitirá a la Industria Militar adelantar un proceso de modernización y transformación de su estructura orgánica, física y tecnológica para ser mas segura, eficiente y competitiva a nivel nacional e internacional.

Alianzas Estratégicas

Para alcanzar los objetivos esperados a corto, mediano y largo plazo, se constituirán y fortalecerán las actuales y nuevas alianzas estratégicas de negocio que potencialicen nuevas capacidades de productos y servicios, alcanzando mejores ventajas competitivas.

Internacionalización

Dentro de la estrategia comercial y de mercados, se enfocaran los esfuerzos y recursos necesarios para crear todas las condiciones que le permitan competir y posicionarse en mercados internacionales con calidad y oportunidad.

Gestión del Talento Humano y del conocimiento

A través del fortalecimiento en la gestión del talento humano, el desarrollo y la potencialización de las competencias de nuestros colaboradores, se pretende innovar y adaptarse a lo cambios del entorno, logrando las metas organizacionales propuestas.

Seguridad en los procesos y mantenimiento

Como premisa fundamental de la Industria Militar para prevenir y controlar los riesgos que tienen el potencial de liberar daño o deterioro de la seguridad personal, seguridad industrial y el medio ambiente.

Mejorar la Integridad de sistemas operativos y procesos mediante la aplicación de principios de diseños inherentemente más seguros (SID), técnicas de ingeniería, prácticas operativas y participación de expertos.

El proceso del BSC o cuadro de mando empieza cuando el equipo de gerencia trabaja para traducir la estrategia de cada unidad de negocio existente en objetivos estratégicos medibles, alcanzables, realistas y con un tiempo límite para su consecución. Para fijar estos objetivos se analizan variables que puedan afectar ya sea el crecimiento del mercado y de los ingresos, o la generación de efectivo, visto desde la perspectiva financiera; desde la perspectiva de clientes se busca analizar la segmentación de los mismos, los mercados en los cuales es necesario entrar a competir; y en general se busca un consenso entre todos los directivos.



@Indumilcolombia



@indumilColombia



IndumilColombia

www.indumil.gov.co



2020

EL AÑO DE LA SEGURIDAD Y EL MANTENIMIENTO

HSE



PLAN DE ACCIÓN 2020

RELACIÓN CON EL PLAN ESTRATEGICO				PLAN DE ACCIÓN 2020				
PERSPECTIVA	Nº	OBJETIVOS ESTRATEGICOS 2019 - 2022	Nº	INICIATIVAS	Nº	INDICADORES	META 2020	RESPONSABLE SUMINISTRO INFORMACIÓN
Responsabilidad Social	2	Contribuir con la protección del medio ambiente	1	Mitigar los impactos ambientales asociados a la actividad industrial a través del uso adecuado de los recursos.	1	Porcentaje de avance del plan de acción para disminuir la generación de Residuos Peligrosos	Cumplir 100% el plan de acción proyectado para la vigencia.	SUBGERENCIA TÉCNICA /FÁBRICAS
					2	Porcentaje de avance del plan de acción para el desarrollo de procesos más limpios a fin de mitigar el impacto ambiental	Cumplir 100% el plan de acción formulado para desarrollar procesos más limpios	SUBGERENCIA TÉCNICA /FÁBRICAS
					3	Porcentaje de avance en la optimización del consumo de agua.	Disminuir un 5% el consumo de agua con respecto a la vigencia anterior	SUBGERENCIA TÉCNICA /FÁBRICAS
					4	Porcentaje de avance en la optimización del consumo de energía	Disminuir un 5% el consumo de energía con respecto a la vigencia anterior	
Financiera	3	Incrementar la utilidad	2	Gestión del presupuesto de ingresos y gastos	5	Porcentaje ejecución presupuestal de ingresos.	Lograr una ejecución presupuestal de ingresos sin disponibilidad inicial por valor de \$770.807 millones.	SUBGERENCIA FINANCIERA
					6	Porcentaje ejecución presupuestal de gastos	Lograr una ejecución presupuestal de gastos sin disponibilidad inicial por valor de \$938.273 millones.	
			3	Administración optima de los recursos financieros de la empresa.	7	Porcentaje de cumplimiento en el control del flujo de caja	Controlar el 100% de los recaudos y pagos proyectados para la vigencia.	

	4		4	Incrementar el Valor Económico Agregado - EVA de la empresa.	8	Porcentaje cumplimiento del Valor Económico Agregado - EVA	Cumplir 100% el EVA proyectado para la vigencia.	
			5	Elaborar y ejecutar un plan para actualizar costos y gastos de productos estratégicos.	9	Porcentaje de avance en la actualización de costos y gastos a productos estratégicos.	Actualizar el 100% de costos y gastos a productos y servicios programados o proyectados a actualizar.	
		Incrementar Rendimientos Financieros	6	Diseñar e implementar estrategias para lograr incrementar los rendimientos financieros, la consecución de recursos para el fondeo del Pasivo Pensional	10	Porcentaje de avance del plan de acción de las estrategias generadas	Cumplir 100% el plan de acción proyectado para la vigencia.	
Clientes y mercado	5	Incrementar participación en mercados nacionales e internacionales	7	Diseñar e implementar un programa de incursión en nuevos mercados mediante Internacionalización	11	Porcentaje de avance en el programa de incursión en nuevos mercados	Cumplir 100% el programa establecido	SUBGERENCIA COMERCIAL
			8	Elaborar y ejecutar un plan para potencializar las líneas de negocio de mayores ingresos y rentabilidad.	12	Porcentaje de avance en la identificación de líneas de negocio con mayores ingresos y rentabilidad a potenciar	Cumplir 100% el plan de identificación de las líneas de negocio a potenciar.	SUBGERENCIA COMERCIAL
			9	Diseñar e implementar un programa de vigilancia normativa internacional para la incursión en nuevos mercados	13	Porcentaje de avance del programa de vigilancia normativa	Cumplir 100% las actividades del programa de vigilancia normativa	SUBGERENCIA COMERCIAL-OF. JURÍDICA, SUBGERENCIA TECNICA, COMERCIO EXTERIOR
			10	Diseñar e implementar plan de mercadeo por línea de producto.	14	Porcentaje de avance en la elaboración e implementación de un plan de mercadeo por línea.	Elaborar un plan de mercadeo al 100% de las líneas.	SUBGERENCIA COMERCIAL

			11	Diseñar y ejecutar un plan para satisfacer la necesidad del país de contar con su reserva estratégica (cargas básicas)	15	Porcentaje de avance en la elaboración e implementación del Plan que permita al país contar con la reserva estratégica	Cumplir 100% las actividades del programa	SUBGERENCIA COMERCIAL, SUBGERENCIA TECNICA
6	Mejorar la Imagen Institucional	12	Definir e implementar un programa para mejorar el índice de Gestión y Desempeño de la Industria Militar, acorde con lo establecido en el Modelo Integrado de Planeación y Gestión MIPG	16	Porcentaje de cumplimiento del programa de implementación del MIPG.	Cumplir 100% las actividades del programa	TODOS LOS PROCESOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL	
		13	Definir y desarrollar las actividades del Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano - PAAC.	17	Porcentaje de avance de las actividades del Plan anticorrupción y de atención al ciudadano	Cumplir 100% el Plan Anticorrupción y de Atención al Ciudadano - PAAC.	TODOS LOS PROCESOS DEL SISTEMA DE GESTIÓN INTEGRAL	
		14	Definir e implementar el programa de mejoramiento de la imagen corporativa y comunicaciones	18	Porcentaje de avance del Plan de Acción de modernización y mejoramiento de la pagina web, herramientas corporativas de comunicaciones y estandarización de imagen corporativa	Cumplir 100% el plan de acción proyectado para la vigencia.	SECRETARIA GENERAL OF. INFORMATICA ALMACENES COMERCIALES	
		15	Diseñar, implementar e integrar políticas y directrices con relación a la gestión de las lecciones aprendidas en la Industria Militar	19	Porcentaje de avance del Plan de trabajo para la gestión de las lecciones aprendidas	Cumplir 100% el plan de trabajo proyectado para la vigencia.	OFICINA DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN INTEGRAL	

			16	Mejorar el nivel de satisfacción y percepción del cliente externo.	20	Porcentaje de avance del plan de trabajo para la disminución del número de ordenes de reclamo por calidad - ORC de Productos manufacturados y comercializados.	Cumplir 100% el plan de trabajo proyectado para la vigencia.	SUBGERENCIA COMERCIAL, SECRETARIA GENERAL
Procesos internos	7	Modernizar y optimizar los procesos- Diseños Inherentemente Seguros (SID)	17	Elaborar y ejecutar un plan de acción para agilizar la liquidación de contratos.	21	Porcentaje de cumplimiento del Plan de acción para agilizar la liquidación de contratos	Reducir el tiempo promedio del proceso de liquidación de contratos	SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA
			18	Mejorar la ejecución del programa de adquisiciones de bienes y servicios.	22	Porcentaje de avance del plan para la identificación de materias primas y productos terminados a adquirir mediante contratos marco.	Cumplir 100% la identificación de materias primas y productos terminados a adquirir mediante contratos marco.	
					23	Porcentaje de cumplimiento días promedio de contratación (Lead time).	Reducir a 62 días el tiempo promedio de contratación	
					24	Porcentaje de ejecución del plan anual de adquisiciones.	Cumplir el 100% el plan anual de adquisiciones	
			19	Elaborar y ejecutar un programa para actualizar y hacer uso del directorio de proveedores.	25	Porcentaje de avance en la actualización y uso del directorio de proveedores.	Cumplir 100% el programa para actualización y uso del Directorio de proveedores	SUBGERENCIA TECNICA/ FABRICAS / SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA / OFICINA JURIDICA
			20	Elaborar y ejecutar el programa para homologación y desarrollo de proveedores por elemento crítico, mediante el desarrollo, convenios y alianzas.	26	Porcentaje de ejecución del programa de Desarrollo de proveedores.	Cumplir 100% las actividades programadas para cada vigencia.	

			21	Elaborar y ejecutar un plan de trabajo a fin actualizar las capacidades en cuanto a Organización y Métodos de los procesos del sistema de Gestión Integral	27	Porcentaje de avance en la identificación e implementación de ingeniería de métodos a procesos del sistema de gestión integral - SGI.	Realizar ingeniería de métodos al 100% de los procesos programados para la vigencia.	OFICINA DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN INTEGRAL
			22	Mejorar la planificación de necesidades de comercialización, producción y funcionamiento.	28	Porcentaje de avance del programa de necesidades de comercialización, producción y funcionamiento.	Elaborar solicitud de adquisición al 100% de las necesidades valorizadas.	SUBGERENCIAS COMERCIAL/ SUBGERENCIA TÉCNICA/ SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA Y FÁBRICAS
			23	Mejorar el uso de la capacidad instalada de las fábricas para disminuir costos.	29	Porcentaje de utilización y optimización de la capacidad instalada por línea..	Evaluar el uso de la capacidad instalada al 100% de las líneas de producción y optimizar su uso	SUBGERENCIA TÉCNICA /FÁBRICAS
			24	Continuar con la ejecución del programa de actualización de inventarios de activos fijos por centro de costo.	30	Porcentaje de avance en la actualización de inventarios de activos fijos por centro de costo.	Actualizar los inventarios del 100% de los centros de costo programados para la vigencia.	SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA / FABRICAS
			25	Elaborar un programa de renovación de maquinaria y equipo. (Por fábrica)	31	Porcentaje de avance en la elaboración del programa de renovación y actualización de maquinaria y equipo.	Elaborar programa de renovación de maquinaria al 100% de las líneas programadas para la vigencia.	SUBGERENCIA TÉCNICA /FÁBRICAS
			26	Mejorar la identificación, formulación y estructuración de nuevos proyectos de inversión.	32	Porcentaje de avance en la estandarización metodológica y documental de la gestión de proyectos	Cumplir 100% el plan de acción proyectado para la vigencia para estandarizar la gestión de proyectos de inversión.	OFICINA DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN INTEGRAL
			27-63	Comprometer los recursos aprobados en proyectos de inversión.	33	Porcentaje de presupuesto comprometido de los proyectos de inversión.	Comprometer recursos de inversión por valor de \$47.597 millones (Nuevos PY).	TODOS LOS PROCESOS CON PROYECTOS DE INVERSIÓN A CARGO
			28	Actualizar las líneas de munición de la Planta de Municiones	34	Porcentaje de presupuesto comprometido de los proyectos de inversión.	Comprometer recursos de inversión por valor de \$11.000,0 millones.	FÁBRICA GENERAL JOSÉ MARÍA CÓRDOVA-FAGECOR

			29	Actualización tecnológica y renovación maquinaria y equipo planta de mecanizados – FASAB	34	Porcentaje de presupuesto comprometido de los proyectos de inversión.	Comprometer recursos de inversión por valor de \$3.682 millones.	FABRICA SANTA BARBARA - FASAB
			30	Implementación de industria 4.0 FEXAR			Comprometer recursos de inversión por valor de \$3.200 millones.	FABRICA DE EXPLOSIVOS ANTONIO RICAURTE
			31	Mejorar el proceso de producción de cordón detonante y mecha de seguridad, mediante la contratación de estudio técnico, actualización tecnológica e infraestructura física en FEXAR			Comprometer recursos de inversión por valor de \$2.900 millones.	FABRICA DE EXPLOSIVOS ANTONIO RICAURTE
			32	Ampliación capacidad instalada y actualización tecnológica proceso tratamientos superficiales - FASAB			Comprometer recursos de inversión por valor de \$1.800 millones.	FABRICA SANTA BARBARA - FASAB
			33	Renovación tecnológica Torre concentración de ácidos			Comprometer recursos de inversión por valor de \$1.650,0 millones.	FABRICA DE EXPLOSIVOS ANTONIO RICAURTE
			34	Implementación planta electrónicos Fase II			Comprometer recursos de inversión por valor de \$1.530,0 millones.	FABRICA SANTA BARBARA - FASAB
			35	Actualización tecnológica y renovación maquinaria y equipo en la Planta de Micro fundición - FASAB			Comprometer recursos de inversión por valor de \$1120,0 millones.	FABRICA SANTA BARBARA - FASAB
			36	Adquisición de cámara de alta velocidad para I+D y cumplimiento de requisitos OTAN para la munición			Comprometer recursos de inversión por valor de \$950,0 millones.	FÁBRICA GENERAL JOSÉ MARÍA CÓRDOVA-FAGECOR

			37	Adquisición equipo para el suministro de emulsión de clientes del sector canteras		Comprometer recursos de inversión por valor de \$950 millones.	FABRICA DE EXPLOSIVOS ANTONIO RICAURTE
			38	Adquisición de modulares para el apoyo logístico de la fábrica general José María Córdova		Comprometer recursos de inversión por valor de \$521,5 millones	FÁBRICA GENERAL JOSÉ MARÍA CÓRDOVA-FAGECOR
			39	Adquisición e instalación Estructuras Taller Nitración (2019)		Comprometer recursos de inversión por valor de 350,0 millones.	FABRICA DE EXPLOSIVOS ANTONIO RICAURTE
			40	Fortalecimiento de las capacidades técnicas en los procesos del sistema de gestión integral		Comprometer recursos de inversión por valor de \$300,0 millones.	OFICINA DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN INTEGRAL
			41	Adquisición, montaje y puesta en marcha de un sistema de potabilización de agua para el tanque elevado y la planta de tratamiento de agua industrial (PTAI) en la Fábrica de Explosivos Antonio Ricaurte		Comprometer recursos de inversión por valor de \$230,0 millones.	FABRICA DE EXPLOSIVOS ANTONIO RICAURTE
			42	Actualización tecnológica del Taller de carpintería FEXAR mediante adquisición de equipos y periféricos.		Comprometer recursos de inversión por valor de \$189,0 millones.	FABRICA DE EXPLOSIVOS ANTONIO RICAURTE
			43	Modernización y estandarización de la infraestructura e imagen corporativa de los Almacenes Comerciales		Comprometer recursos de inversión por valor de \$150,0 millones.	SGC - ALMACENES COMERCIALES
			44	Estudio para plantas de tratamiento de Agua potable Industrial		Comprometer recursos de inversión por valor de \$70,0 millones.	FABRICA SANTA BARBARA - FASAB

			45	Adquisición de inmobiliario y equipos para conservación preventiva de la documentación en la Industria Militar		Comprometer recursos de inversión por valor de \$22,0 millones.	SECRETARIA GENERAL
			46	Diseño, adecuación y construcción de vestieres en las fábricas y Adecuación del Club FASAB		Comprometer recursos de inversión por valor de \$2000,0 millones.	OFICINAS CENTRALES
			47	Vías Internas y Externas Fábricas		Comprometer recursos de inversión por valor de \$984.495,9 millones.	OFICINAS CENTRALES
			48	Adecuación áreas de inspección - FAGECOR		Comprometer recursos de inversión por valor de \$125,0 millones.	FÁBRICA GENERAL JOSÉ MARÍA CÓRDOVA-FAGECOR
			49	Obra vía acceso Polvorines Fábrica de Explosivos Antonio Ricaurte - Fexar		Comprometer recursos de inversión por valor de \$1.178,510 millones.	FABRICA DE EXPLOSIVOS ANTONIO RICAURTE
			50	Proyecto Vigencia Expirada Estudios técnicos para la construcción nuevo cerramiento perimetral FEXAR		Comprometer recursos de inversión por valor de \$40,499 millones.	FABRICA DE EXPLOSIVOS ANTONIO RICAURTE
			51	Proyectos de Investigación y Desarrollo		Comprometer recursos de inversión por valor de \$3.107,5 millones.	SGT (I+D)
			52	Actualización capacidad tecnológica Grupo Control Calidad – Fábrica General José María Córdova		Comprometer recursos de inversión por valor de \$1.300,0 millones.	FÁBRICA GENERAL JOSÉ MARÍA CÓRDOVA-FAGECOR
			53	Actualización tecnológica y renovación de maquinaria y equipos en el grupo control calidad - FASAB		Comprometer recursos de inversión por valor de \$1.200,0 millones.	FABRICA SANTA BARBARA - FASAB
			54	Compra de armamento para laboratorio balístico GCC - FAGECOR		Comprometer recursos de inversión por valor de \$300,0 millones.	FÁBRICA GENERAL JOSÉ MARÍA CÓRDOVA-FAGECOR

			55	Renovación equipos e infraestructura de los Centros de Datos		Comprometer recursos de inversión por valor de \$2150,0 millones.	OFICINA INFORMATICA
			56	Renovación de los equipos de cómputo y de ofimática de la Industria Militar		Comprometer recursos de inversión por valor de \$600,0 millones.	OFICINA INFORMATICA
			57	Infraestructura de red y seguridad de la Red de INDUMIL		Comprometer recursos de inversión por valor de \$550,0 millones.	OFICINA INFORMATICA
			58	Adquisición e implementación de una la herramienta ofimática de gestión para INDUMIL		Comprometer recursos de inversión por valor de \$525,0 millones.	OFICINA DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN INTEGRAL
			59	Adquisición escáner industriales para gestión documental		Comprometer recursos de inversión por valor de \$204,0 millones.	SECRETARIA GENERAL
			60	Construcción de infraestructura para tratamiento de residuos peligrosos explosivos en FEXAR		Comprometer recursos de inversión por valor de \$610,6 millones.	FABRICA DE EXPLOSIVOS ANTONIO RICAURTE
			61	Mejoramiento de la infraestructura física del centro de acopio de residuos en FASAB		Comprometer recursos de inversión por valor de \$90,0 millones.	FABRICA SANTA BARBARA - FASAB
			62	Adquisición de maquinaria / equipos para levantamiento de cargas y movilización de MP y PT.		Comprometer recursos de inversión por valor de \$1310,0 millones.	FABRICA SANTA BARBARA - FASAB
			63	Adquisición de vehículos utilitarios para los procesos misionales y de apoyo en la Fábrica de Explosivos Antonio Ricaurte (FEXAR)		Comprometer recursos de inversión por valor de \$406,8 millones.	FABRICA DE EXPLOSIVOS ANTONIO RICAURTE
			64	Adquisición e instalación de Báscula Camionera		Comprometer recursos de inversión por valor de \$300,0 millones.	FABRICA SANTA BARBARA - FASAB

			65	Fortalecer la gestión jurídica y defensa institucional.	35	Porcentaje de avance en la gestión de procesos de finca raíz.	Gestionar el 100% de los procesos de finca raíz.	OFICINA JURIDICA - GRUPO CONTRATOS
					36	Porcentaje de cumplimiento de normas, políticas nacionales y de sector, requerimientos legales que nos aplican.	Cumplir 100% los requerimientos legales que nos aplican.	
					37	Porcentaje de avance en el registro de patentes, marcas y diseños industriales.	Registrar el 100% de las patentes, marcas y diseños programados a registrar.	
					38	Porcentaje de avance del plan de trabajo de Grupo Contratos	Cumplir 100% el plan de trabajo proyectado para la vigencia, para fortalecer la gestión de contratos	
			66	Fortalecer la gestión de control interno	39	Porcentaje de avance en el cierre de hallazgos de auditoría de Contraloría.	Cerrar el 100% de los hallazgos de auditoría de contraloría	TODOS LOS PROCESOS CON HALLAZGOS DE AUDITORÍA DE CGR
					40	Porcentaje de vance del plan de trabajo de Control interno	Cumplir 100% el plan de trabajo proyectado para la vigencia, para fortalecer la gestión de control interno	OFICINA DE CONTROL INTERNO
					41	Porcentaje de avance en el cierre de hallazgos de auditoría de control interno	Cerrar el 100% de los hallazgos de auditoría de control interno.	TODOS LOS PROCESOS CON HALLAZGOS DE AUDITORÍA DE CONTROL INTERNO
			67	Fortalecer la gestión de la secretaría general	42	Porcentaje de avance en la actualización del plan institucional de archivos PINAR.	Cumplir 100% el plan de trabajo proyectado para la vigencia, para fortalecer la gestión documental de la empresa.	SECRETARIA GENERAL

			68	Fortalecer los sistemas de gestión integral y la cadena logística y productiva.	43	Porcentaje de avance en la implementación del plan de trabajo anual del Sistema de Gestión de Seguridad y Salud en el Trabajo - SG-SST y el decreto 1072 de 2015.)	Cumplir 100% el plan de trabajo proyectado o planeado para la vigencia en SST..	SUBGERENCIA TÉCNICA / FABRICAS
					44	Porcentaje de avance en la implementación de la norma ISO 45001	Implementar 100% la nueva versión de la norma ISO 45001	SUBGERENCIA TECNICA
					45	Porcentaje de avance del programa de mantenimiento y mejora del sistema de gestión integral a través de la asistencia técnica y toma de conciencia (ISO 9001, 14001, 45001, 17025, 27001 y BASC)	Establecer e implementar el 100% del programa para la toma de conciencia y asistencia técnica en lo referente al SGI.	OFICINA DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN INTEGRAL
					46	Porcentaje de avance en la obtención de la autorización como operador económico autorizado (OEA)	Obtener la autorización como operador económico autorizado -OEA.	OFICINA DE PLANEACIÓN SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA , OFICINA JURÍDICA, SUBGERENCIA COMERCIAL, FABRICAS
			69	Mejorar el sistema de gestión y administración de riesgo de acuerdo con la normatividad aplicable. (Incluye riesgos del sistema de prevención y control del lavado de activos y financiación del terrorismo y financiamiento de la proliferación de armas de destrucción masiva - SIPLAFT), teniendo en cuenta la metodología Bawtie.	47	Porcentaje de avance del plan de trabajo para mejorar el sistema de gestión y administración del riesgo	Cumplir 100% el plan de trabajo proyectado o planeado para la vigencia.	OFICINA DE PLANEACIÓN Y GESTIÓN INTEGRAL
			70	Continuar con la ejecución del plan para el tratamiento de riesgos de seguridad y privacidad de la información y el plan de seguridad y privacidad de la información.	48	Porcentaje de avance del plan de tratamiento de riesgos de seguridad y privacidad de la información.	Cumplir 100% del programa de trabajo proyectado o planeado para la vigencia.	OFICINA DE INFORMÁTICA

						Porcentaje de avance del plan de seguridad y privacidad de la información.		
			71	Mejorar la Integridad de sistemas operativos y procesos mediante la aplicación de principios de diseño especializados inherentemente seguros, técnicas de ingeniería, prácticas operativas y participación de expertos	50	Porcentaje de avance Diseño y/o actualización de un Plan de seguridad de procesos bajo estándares internacionales	Cumplir 100% el plan de seguridad de procesos	SUBGERENCIA TECNICA/ FABRICAS
			72	Gestionar la Integridad de los activos para asegurar que los equipos funcionen correctamente durante el ciclo de vida (Integridad mecánica, integridad del proceso, sistemas de protección)	51	Porcentaje de avance Diseño y/o actualización de un programa de integridad, mantenimiento y confiabilidad de activos	Cumplir 100% el programa de integridad, mantenimiento y confiabilidad de activos	SUBGERENCIA TECNICA/ FABRICAS
			73	Preservar la vida e integridad de los funcionarios a través del reconocimiento, evaluación y control de factores que se originan en, o por los lugares de trabajo	52	Porcentaje de avance del programa de seguridad y salud en el trabajo dirigido a la identificación de peligros y los riesgos.	Cumplir 100% el programa de seguridad y salud en el trabajo	SUBGERENCIA TECNICA/ FABRICAS
8	Fortalecer y generar alianzas estratégicas	74	Fortalecer relaciones y vínculos industriales y comerciales con Sector Defensa y clientes nacionales e internacionales.	53	Porcentaje de avance plan de acción para fortalecer relaciones y vínculos industriales, comerciales y administrativos, (Identificación de las capacidades de las empresas del GSED).	Cumplir 100% el plan de acción programado o planeado para fortalecer relaciones y vínculos industriales, comerciales y administrativos.	SUBGERENCIA COMERCIAL / SUBGERENCIA TÉCNICA	

Aprendizaje y crecimiento	9	Desarrollar nuevos productos y servicios y Mejorar los actuales	75	Identificar nuevas necesidades de productos y servicios por línea clasificados por Fuerzas Militares o de Policía y demás partes interesadas	54	Porcentaje de avance del plan de acción para la identificación de nuevos productos y servicios por cada línea.	Cumplir 100% el plan de acción para la identificación de nuevos productos y servicios por línea.	SUBGERENCIA COMERCIAL
			76	Realizar estudios de mercado para todos los nuevos productos propuestos en el proceso I+D+i.	55	Porcentaje de avance en la realización de estudios de mercado a productos de I+D+i.	Realizar estudio de mercado al 100% de los productos de I+D+i programados o planeados para la vigencia.	
	10	Preservar la vida, mejorar las competencias de nuestros colaboradores y su bienestar	77	Fortalecer las competencias del personal a través de la ejecución del convenio con Colfuturo	56	Porcentaje de cumplimiento del Plan de Acción para la ejecución del convenio	Cumplir 100% las actividades del Plan de Acción	SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA
			78	Identificar y priorizar por importancia estratégica las necesidades de formación, aprendizaje y entrenamiento.	57	Porcentaje de avance del Plan institucional de capacitación y entrenamiento de funcionarios.	Cumplir 100% el plan de acción institucional de capacitación y entrenamiento de funcionarios proyectado o planeado para la vigencia.	SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA /FÁBRICAS
			79	Diseñar y ejecutar un modelo de gestión del conocimiento para la empresa.	58	Porcentaje de avance en el diseño e implementación de un modelo de gestión del conocimiento.	Diseño e implementación del 100% del modelo de gestión del conocimiento.	OFICINA DE PLANEACIÓN/ SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA / SECRETARIA GENERAL/ INFORMATICA/ SUBGERENCIA TECNICA
			80	Continuar con la implementación de estrategias de incentivos para la disminuir la rotación de personal.	59	Porcentaje de avance del Plan de acción para la retención de Talento humano	Cumplir 100% el plan de acción para la retención del Talento humano	SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA
			81	Diseñar y ejecutar el programa Estratégico y de previsión de Talento Humano integrando las políticas y practicas de personal con las prioridades de la entidad	60	Porcentaje de avance del programa de Gestión y de previsión de Talento Humano	Cumplir 100% del programa de trabajo proyectado o planeado para la vigencia.	SUBGERENCIA ADMINISTRATIVA

RESULTADOS PLAN ESTRATÉGICO 2019-2022

RESULTADOS MEGA 2019 - 2022

Dentro de las metas de largo plazo la empresa se propuso el cumplimiento de la MEGA, entendida como una meta grande y audaz, siguiendo lineamientos de Grupo Social y Empresarial de la Defensa GSED y enfocada al cumplimiento de la visión y misión de la empresa.

En el siguiente cuadro se pueden observar los resultados del periodo 2019 en ingresos, EBITDA y proyectos de inversión a 31Dic-19.

MEGA	META		EJECUTADO DIC - 2019	% CUMPLIMIENTO	
	2019 - 2022	DIC - 2019		2019 - 2022	DIC - 2019
Ingresos por \$2,6 billones.	\$ 2.665.133	\$ 623.287	\$ 674.918	25,3%	108,3%
Generar un EBITDA de \$290 mil millones.	\$ 290.500	\$ 67.938	\$ 144.860	49,9%	213,2%
Inversión en proyectos estratégicos por más de \$200 mil millones.	\$ 200.600	\$ 27.823	\$ 25.073	12,5%	90,1%
% PROMEDIO AVANCE				29,2%	137,2%



RESULTADOS CUADRO DE MANDO ESTRATEGICO 2019

Conforme a las metas establecidas para la vigencia y dando cumplimiento a los objetivos establecidos en el ejercicio estratégico para el Cuatrienio 2019-2022, a continuación se presentan los resultados obtenidos.

OBJETIVOS ESTRATEGICOS 2019 - 2022	Nº	META 2019 - 2022	META 2019	RESULTADO 2019	CUMPLIMIENTO
Contribuir al desarrollo del País	1	Aportar recursos a la nación por valor de \$829.150 millones.	\$ 201.172	\$ 249.259	123,90%
	2	Lograr ingresos por venta de explosivos y emulsiones por valor de \$2.2 billones.	\$ 524.860	\$ 524.965	100,00%
Contribuir con la protección del medio ambiente	3	Disminuir un 20% la generación de residuos peligros al pasar de 316.114 kilos a 254.090 kilos	63.523	85.392	65,60%
Incrementar la utilidad		Lograr utilidad operacional por valor de \$239.004 millones.	\$ 54.485	\$ 118.928	218,30%
	5	Generar utilidad neta por valor de \$177.344 millones.	\$ 42.390	\$ 76.828	181,20%
	6	Lograr un EBITDA por valor de \$290.500,0 millones.	\$ 66.500	\$ 144.859	217,80%
Incrementar Rendimientos Financieros	7	Mejorar los rendimientos financieros en un 4%	4,45% \$5.870 Millones	4,43% \$9232 Millones	99,40%
Incrementar participación en mercados nacionales e internacionales	8	Lograr ingresos en exportaciones por valor de \$250.000 millones.	\$ 19.740	\$ 75.945	384,70%
	9	Lograr ingresos por ventas netas por valor de \$2.6 billones	\$ 623.287	\$ 674.918	108,30%
Mejorar la Imagen Institucional	10	Cumplir 100% los planes de acción de MIPG formulados para cada vigencia.	100%	86,70%	86,70%
	11	Lograr un nivel de satisfacción y percepción del cliente externo del 4,4	4,1	4,1	100,00%
Modernizar y optimizar los procesos- Diseños Inherentemente Seguros (SID)	12	Lograr ahorros en compras de materias primas por valor de \$26.247 millones.	\$ 6.552	\$ 6.245,00	95,30%
	13	Disminuir un 2,5% los gastos de administración, operación y ventas del al pasar de 14.8% a 12,3%	9,10%	12,50%	62,60%

OBJETIVOS ESTRATEGICOS 2019 - 2022	N°	META 2019 - 2022	META 2019	RESULTADO 2019	CUMPLIMIENTO
	14	Cumplir 100% las actividades programadas para cada vigencia para el desarrollo de 48 proveedores	12	30	250,00%
	15	Lograr un índice de calidad mayor al 99%	99%	99,80%	100,80%
	16	Cumplir 100% las actividades programadas del estudio de reestructuración	100%	86%	86,00%
	17	Cumplir 100% el programa de Producción	100%	92,40%	92,40%
	18	Comprometer \$200.683 millones en proyectos de inversión.	\$ 34.983	\$ 25.073	71,70%
	19	Cumplir 100% el programa formulado para cada vigencia del PAI	100%	80,40%	80,40%
	20	Cumplir 100% el plan de acción PETI formulado para cada vigencia.	100%	95,40%	95,40%
	21	Cumplir 100% el plan de mejoramiento de seguridad de procesos en la producción	N/A	N/A	N/A
Fortalecer y generar alianzas estratégicas	22	Cumplir 100% los planes de acción formulados para cada vigencia para fortalecer y generar alianzas estratégicas	100%	87,80%	87,80%
Desarrollar nuevos productos y servicios y Mejorar los actuales	23	Mejorar 20 productos y servicios	5	74%	74,00%
	24	Desarrollar 10 nuevos productos y servicios.	2	60%	60,00%
Preservar la vida, mejorar las competencias de nuestros colaboradores y su bienestar	25	Cumplir 100% el programa educativo, de becas, capacitación y desarrollo, operativo, técnico, tecnológico y profesional, formulado para cada vigencia	100%	100%	100,00%
	26	Cumplir 100% el programa de bienestar formulado para cada vigencia.	100%	100%	100,00%

GLOSARIO

ACCIONES ESTRATÉGICAS

Directrices generales del mediano y largo plazo para el cumplimiento de los grandes propósitos de la empresa, identificando y cerrando permanentemente las brechas entre dichos propósitos y la realidad organizacional.

ACTIVOS ESTRATÉGICOS

Elementos tangibles e intangibles contruidos y acumulados a través del tiempo, competitivamente superiores y que, combinados inteligentemente con las capacidades distintivas, aseguran la sostenibilidad de la oferta de valor.

BALANCED SCORECARD

Herramienta que permite gerenciar la implementación del Plan Estratégico, trasladando la visión y la estrategia a un conjunto de objetivos, bajo cuatro o más miradas o perspectivas.

BRECHA

Diferencia en el desempeño de una actividad en particular o sobre las metas y otras organizaciones, detectada a través de la comparación entre el resultado actual y un estándar o una meta establecida de mediano y largo plazo.

CADENA DE VALOR

Cadena productiva que integra el conjunto de eslabones que conforma un proceso económico, desde la materia prima a la distribución de los productos terminados. En cada parte del proceso se agrega valor.

Una cadena de valor completa abarca toda la logística desde el cliente al proveedor. De este modo, al revisarse todos los aspectos de la cadena se optimizan los procesos empresariales y se controla la gestión del flujo de mercancías e información entre proveedores, minoristas y consumidores finales.

Representación que está en línea con la estrategia del negocio hacia los procesos.

Asegura una estructura por procesos. Esta conformada por los grandes procesos o macroprocesos misionales, de apoyo y gerenciales

CAPACIDADES DISTINTIVAS

Son todas aquellas habilidades, destrezas, conocimientos y experticias que la organización debe saber hacer especialmente bien para poder cumplir y hacer sostenible la oferta de valor.

CUADRO DE MANDO INTEGRAL O TABLERO DE COMANDO

Metodología basada en indicadores que mediante alertas (código de colores) permite visualizar y monitorear el cumplimiento de la estrategia, hacer feedback estratégico (acoplamiento) y proveer información para la toma de decisiones.

CULTURA ORGANIZACIONAL

Esquema de valores, principios y creencias que son contruidos y compartidos en forma auténtica por los integrantes de la organización.

Conjunto de comportamientos y prácticas comunes y distintivos de las personas que pertenecen a ella.

DOFA

Evaluación práctica y sencilla para establecer y comprender lógicamente y ordenadamente los problemas, las soluciones, las mejores estrategias a adoptar, la posición de la empresa frente al mercado y la orientación básica para la toma de decisiones. Interrelaciona las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas que identifica una empresa.

ESTRATEGIA

Acción de largo y mediano plazo necesaria para alcanzar los propósitos organizacionales. Serie de hipótesis sobre acciones a intentar para causar determinados resultados.

ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

Conjunto de elementos que constituyen una oferta valorada por los grupos sociales objetivo, y la forma de generar esa oferta, movilizandoo de manera integrada recursos estratégicos valiosos apropiados por la organización.

FACTORES CLAVES DE ÉXITO

Aspectos que inciden directamente en el éxito o fracaso de la organización y hacia los cuales deben orientarse las acciones de la empresa para garantizar el cumplimiento de la misión y logro de objetivos institucionales.

FURAG

Formulario Único Reporte de Avances de la Gestión

GESTIÓN

Desarrollar el arte de descubrir y cerrar brechas

Ejercicio permanente de buscar, descubrir y promover abrir y cerrar brechas

GRUPOS SOCIALES OBJETIVO

Son los sectores sociales o grupos de clientes hacia los que la organización focaliza sus esfuerzos y pretende atender en forma destacada.

INDICADORES

Concepto mediante el cual se puede medir el resultado de un imperativo estratégico, una política corporativa o un objetivo.

INDICADORES DE GESTIÓN

Signos, señales o valores concretos que permiten medir, evaluar y comparar, cuantitativamente en el tiempo el comportamiento, las tendencias y posición relativa de los factores clave de éxito frente a las metas trazadas.

INICIATIVAS ESTRATÉGICAS

Es un plan de acción anual, proyecto, programa que se lleva a cabo con un conjunto de actividades orientadas a alcanzar las metas de la vigencia y por consiguiente con el tiempo el logro de los Objetivos Estratégicos de mediano y largo plazo.

MAPA ESTRATÉGICO

Elemento gráfico que define las acciones necesarias para traducir las estrategias en acciones, facilitando la comunicación de los objetivos estratégicos o factores clave de éxito en cada perspectiva.

MEGA

Meta Grande y Audaz

META

Es el resultado bien definido que se pretende alcanzar en el futuro. Está compuesta por tres partes: objetivo, valor y plazo.

MIPG

Modelo Integrado de Planeación y Gestión

OFERTA VALOR

Propuesta claramente diferenciada, deseada idealmente, difícilmente imitable, percibida y apreciada por los clientes o grupos sociales objetivo, porque les agrega valor para su éxito y desarrollo.

Algo por lo cual los clientes están dispuestos a dar una retribución rentable a quien la ofrece y cuyo valor es apreciado por quienes lo reciben como superior a la retribución entregada.

PERSPECTIVA DE APRENDIZAJE Y CRECIMIENTO

Qué recursos son claves para innovar y mejorar

Se puede:

- Valorar la incidencia de la infraestructura de la organización para alcanzar objetivos estratégicos.
- Evaluar la creación de las habilidades competitivas que permitan sobrevivir en el largo plazo.

PERSPECTIVA DEL CLIENTE

La forma como ven los clientes a la empresa

Se puede ver como:

- Generar valor para los clientes
- Cuáles son los clientes y segmentos en los que se quiere competir
- Contribuyen las otras perspectivas a la creación de valor para el cliente

PERSPECTIVA FINANCIERA

La forma como ven los integrantes de la Junta Directiva a la empresa.

Se aprecia como:

- Medir las consecuencias económicas de las decisiones de la organización.
- Se traduce la dirección estratégica en valor.
- Como afectan al valor económico agregado, las otras perspectivas.

PERSPECTIVA PROCESOS INTERNOS

En qué procesos internos debemos ser excelentes

Se determina en:

- Cuáles son los procesos críticos esenciales de la organización
- Como se traducen las decisiones estratégicas en las operaciones internas de la empresa.

PERSPECTIVA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y AMBIENTAL

La forma como ven nuestras partes interesadas la gestión de la empresa en cuanto a innovación y el desarrollo sostenible

Se determina en:

- Como se implementan estrategias sociales y ambientales.
- Medir el impacto ambiental y social de las actividades de la empresa.

PETI

Plan Estratégico de Tecnologías de la Información.

POLÍTICA CORPORATIVA

Conjunto conformado por una meta con las acciones estratégicas necesarias para alcanzarla.

PROCESO

Conjunto de actividades que transforman, mediante recursos, unas entradas en salidas.

Conjunto de tareas o causas que interactúan para generar un resultado (bien o servicio).

Las causas son los distintos medios que utilizan las organizaciones para alcanzar sus objetivos.

SISTEMA

Modelo o esquema bajo el cual se gestionan los procesos

STAKE HOLDERS

Grupos de interés o grupos relacionados (gobierno, clientes, proveedores, trabajadores, comunidades).

S.G.I

Sistema de Gestión Integral de la Industria Militar.