

ANEXO 1 FORMATO 1
INFORMACIÓN SOBRE LOS PLANES DE MEJORAMIENTO
Informe presentado a la Contraloría General de la República

Entidad: **Sugerencia de Mercadeo**
 Representante Legal: **Luz Stella Paez Cañón**
 NIT: **899'999.486-5**

Periodo Informado

Año **2003**
 Año **2004**

Fecha de suscripción **15-Oct-04**

Fecha de Evaluación **31-Dic-04**

PRIMERA PARTE - OBSERVACIONES PRESENTADAS POR LA COMISION DE LA CGR EN PLANTA CENTRAL- INFORME DE MAYO DE 2004

Número	Código hallazgo	Descripción hallazgo (No mas de 50 palabras)	Acción correctiva	Objetivo	Descripción de las Metas	Unidad de medida de las Metas	Dimensión de la meta	Fecha iniciación Metas	Fecha terminación Metas	Plazo en semanas de las metas	Avance fisico de ejecución de las metas	Porcentaje de Avance fisico de ejecución de las metas	Puntaje Logrado por las metas (Poi)	Puntaje Logrado por las metas Vencidas (POMVi)	Puntaje atribuido metas vencidas
28	2003001	Centro Unificado de Atención al cliente sin solución adecuada.	Mejorar el contacto telefónico. Diseñar e implementar proceso de selección, inducción, capacitación y evaluación para los funcionarios del área. Levantamiento de procesos y procedimientos para aplicarlos nivel nacional.	Mejorar los tiempos de respuesta por reclamaciones y ofrecer un mejor servicio al cliente	Dar a conocer el nuevo números del PBX a los clientes internos y externos. A través de publicidad por la Pág. Web, aviso de tarifa postal reducida y afiches en las oficinas postales y demás áreas o dependencias de la entidad a nivel nacional	No. PBX	1	01/10/2004	30/11/2004	9	1	100,00%	9	9	9
					Evaluar el perfil del recurso humano y realizar un proceso de selección para el nuevo grupo.	Informe de evaluación	1	01/09/2004	30/12/2004	17	1	100,00%	17	17	17
					Capacitación sobre aspectos deficientes (mercadeo, operaciones y atención al cliente) una vez identificados a través de la encuesta.	Funcionarios capacitados	32	01/09/2004	20/10/2004	7	32	100,00%	7	7	7
					La oficina de Recursos Humanos deberá desarrollar un programa de motivación y seguimiento.	Programa motivación y seguimiento.	1	01/09/2004	15/12/2004	15	0	0,00%	0	0	15
					Levantamiento de los procesos y procedimientos de la oficina de atención al cliente y estandarización de los mismos. (PRORROGA MAYO 30 DE 2005)	Manuales de procedimientos	1	15/10/2004	31/01/2005	15		0,00%	0	0	0
29	2203004	Adpostal no cuenta con una política de descuentos definida para el manejo de las ofertas de servicio que presta a los diferentes clientes.	Mediante resolución No. 0229 del 26 de abril del 2004, se reglamentó la política para otorgar descuentos a clientes de la Administración Postal Nacional, la cual se dio a conocer a las regionales junto con el plan de comercialización. Así mismo, se dictó la capacitación en cada una de las regionales en el mes de mayo.	Implementar política para descuentos	Aprobar resolución de política de descuentos.	Resolución	1	26/03/2004	26/04/2004	4	1	100,00%	4	4	4
30	2203005	La empresa no cuenta con estructura tarifaria debidamente adoptada a través de acto administrativo en la que se determine las variables económicas y sociales que deben tenerse en cuenta para su incremento en cada caso, en el que su resultado sea la aplicación de los índices y cifras correspondientes.	Elaborar estudio para la fijación de tarifas y desarrollo del modelo.	Determinar las tarifas de los servicios que presta Adpostal, competitivas, coherentes y acordes al mercado.	Identificar las variables que pueden influir en la proyección y análisis de las tarifas.	Indicadores Económicos	3	01/10/2004	15/02/2005	20	3	100,00%	20	0	0
					Conocer el comportamiento de los servicios que presta ADPOSTAL.	Servicios	12	01/10/2004	15/02/2005	20	12	100,00%	20	0	0
					Identificar el comportamiento de las empresas de la competencia.	Empresas	20	01/10/2004	15/02/2005	20	20	100,00%	20	0	0
31	1102001	Según informes de gestión de la Oficina de Planeación, a 31 de diciembre de 2003 y sobre el diagnóstico del estudio de la auditoría del servicio a través de la encuesta empresarial liderada por la Subgerencia de Mercadeo, concluyen que existen debilidades que inciden en una gestión adecuada.	1. ADMISION: Realizar periódicamente capacitaciones al personal de ventanilla en portafolio de servicios y atención al cliente. 2. En efectividad en la entrega, tiempos de entrega y devoluciones de los envíos: se hizo la solicitud a la Subgerencia de Operaciones para que tomen los correctivos necesarios ya que en estos factores incide el mayor número de quejas por parte de los clientes.	Capacitar a los funcionarios de ventanilla de los puntos postales para prestar un buen servicio al cliente	Continuar con el programa que se adelanta con la División de Capacitación con los jefes de oficina y personal de ventanilla a nivel Nacional.	Funcionarios capacitados	90	01/03/2004	30/12/2004	43	90	100,00%	43	43	43
					Realizar auditorías para controlar la buena atención al cliente en los puntos de venta.	Auditoria del servicio	1	01/02/2005	03/06/2005	17		0,00%	0	0	0
					Asesoramiento a los clientes empresariales para el mejor manejo de los servicios de correo	Asesoría	10	01/09/2004	30/12/2004	17	10	100,00%	17	17	17
										204			156	98	113

SEGUNDA PARTE - OBSERVACIONES NO CUMPLIDAS EN EL PLAN DE MEJORAMIENTO ANTERIOR

Número	Código hallazgo	Descripción hallazgo (No mas de 50 palabras)	Acción correctiva	Objetivo	Descripción de las Metas	Unidad de medida de las Metas	Dimensión de la meta	Fecha iniciación Metas	Fecha terminación Metas	Plazo en semanas de las metas	Avance fisico de ejecución de las metas	Porcentaje de Avance fisico de ejecución de las metas	Puntaje Logrado por las metas (Poi)	Puntaje Logrado por las metas Vencidas (POMVi)	Puntaje atribuido metas vencidas
246	1102001	La venta de los servicios postales está limitada por la falta de políticas, estrategias de mercadeo, apoyo gerencial y capacitación, entre otras, lo que ha originado pérdida de clientes	La estrategia de mejoramiento se basa en dos aspectos fundamentales: Prospectación directa de los grandes negocios, desde la Subgerencia de Mercadeo, con personal de la misma. Apertura del portafolio de servicios a clientes que requieren servicios integrales, realizando alianzas estratégicas con socios de alto renombre y posicionamiento.	Cumplir con mínimo el 100% de los compromisos y acciones planteadas, que permitan establecer altos índices de gestión.	Plan de capacitación a la fuerza de ventas ofrecida por la Subgerencia de Mercadeo y la División de Capacitación.	Capacitación	8	01/10/2004	31/12/2004	13	8	100,00%	13	13	13
					Seguimiento y control con la implementación de indicadores de gestión liderados por la Oficina de planeación y la Subgerencia de Mercadeo.	Indicadores de Gestión.	2	01/10/2004	31/12/2004	13	2	100,00%	13	13	13
					Prospectación y acompañamiento a los clientes importantes, que pueden generar negocios importantes para ADPOSTAL, directamente desde la Subgerencia y apoyo directo de la Dirección. *Manejo de licitaciones directamente de la Subgerencia de Mercadeo.	Clientes	12	01/10/2004	31/12/2004	12	15	125,00%	15	15	12
					Estricto control y seguimiento de las tareas a cumplir.	Oficios	8	06/09/2004	31/12/2004	17	8	100,00%	17	17	17

248	1903004	Limitaciones en las gerencias regionales para medir y cuantificar las necesidades actuales y potenciales de los clientes, las Gerencias	La Subgerencia de mercadeo ha adelantando desde hace varios años y continuara haciendo el diseño de los planes de comercialización, herramienta esta que contiene las políticas, estrategias y metas los cuales sirven de derroteros para que las Regionales los cumplan. Así mismo continuara apoyándose en las Regionales para la recolección de información de estudios de mercados que sirven para el	Continuar diseñando las políticas y estrategias las cuales son comunicadas el plan de Comercialización para remitirlo anualmente a las gerencias regionales para su cumplimiento.	Recolección de la información de todas las Regionales (Análisis de la competencia, Necesidades de los mercados regionales)	Información	8	01/10/2004	01/11/2004	4	8	100,00%	4	4	4
					Tabulación de la información	Tabulación	1	01/11/2004	30/11/2004	4	1	100,00%	4	4	4
					Interpretación de resultados	Análisis	1	01/12/2004	15/12/2004	2	1	100,00%	2	2	2
					Conclusiones y diseño políticas y estrategias	Informe	1	01/12/2004	15/12/2004	2	1	100,00%	2	2	2
					Comunicación a las Regionales	Oficios	8	16/12/2004	31/12/2004	2	8	100,00%	2	2	2
249	1102001	Por la falta de políticas, Adpostal no cuenta con un catálogo actualizado del portafolio de servicios, homogeneidad en el tiempo de entrega de los servicios, tarjetas de presentación.	Estudio de los servicios existentes	Concretar la viabilidad de los servicios de Adpostal	Evaluación de los servicios	Servicios	12	01/12/2004	28/02/2005	13	12	100,00%	13	0	0
251	1702100	Deficiencia de control y protección a las especies postales ocasionando pérdidas como es el caso del pliego de estampillas para las III Olimpiadas Nacionales de Barranquilla "El Cóndor" y 300 especies postales de la emisión conmemorativa del Centenario de la Independencia.	Solicitar al Contratista el soporte técnico del procedimiento utilizado para el avalúo de las especies postales. Adelantar gestiones ante la UPU para solicitar metodologías aplicables para este objeto.	Verificar el cumplimiento de la observación	Sustentar el registro	Informe	1	01/09/2004	30/06/2005	43	1	100,00%	43	0	0

TERCERA PARTE - OBSERVACIONES EXTRACTADAS DEL INFORME PRESENTADO POR LA CGR EN LA REGIONAL DISTRITO Y CENTRAL

Número	Código hallazgo	Descripción hallazgo (No mas de 50 palabras)	Acción correctiva	Objetivo	Descripción de las Metas	Unidad de medida de las Metas	Dimensión de la meta	Fecha iniciación Metas	Fecha terminación Metas	Plazo en semanas de las metas	Avance fisico de ejecución de las metas	Porcentaje de Avance fisico de ejecución de las metas	Puntaje Logrado por las metas (Po)	Puntaje Logrado por las metas Vencidas (POMVi)	Puntaje atribuido metas vencidas
6	2001002	No se ha promovido la encuesta de evaluación del servicio con grandes usuarios(entidades públicas)	La Subgerencia de Mercadeo continuará con el seguimiento a la satisfacción de los clientes en las diferentes etapas del proceso postal, a través de encuestas que serán aplicadas a los clientes tanto personales como Empresariales a nivel Nacional.	Medir el grado de satisfacción y expectativas de los clientes actuales	Elaboración de la encuesta e instructivo.	Encuestas	1	01/02/2005	11/02/2005	2	1	100,00%	2	0	0
					Remisión de la encuesta a cada una de las Regionales para que sean aplicadas Y devolución a la Subgerencia de Mercadeo.	Encuestas	8	14/02/2005	01/04/2005	7	8	100,00%	7	0	0
					Tabulación de las encuestas.	Tabulación	900	04/04/2005	20/05/2005	7		0,00%	0	0	0
					Presentación de las conclusiones y recomendaciones a la Dirección General y áreas involucradas, para su respectiva gestión.	Informe	1	23/05/2005	03/06/2005	2		0,00%	0	0	0
19	2203005	Control de calidad: La entidad continúa con unas tarifas para la prestación de los diferentes servicios postales, que no obedecen a políticas claramente definidas ni enmarcadas en un sistema de costos que permitan obtener información referente a los márgenes de rentabilidad.	Dimensionamiento de la infraestructura integral de redes LAN y WAN hardware y software del sistema de información Financiera y Administrativa. Elaborar estudio para la fijación de tarifas y desarrollo del modelo.	Determinar las tarifas de los servicios que presta Adpostal, coherentes y acordes al mercado	Elaboración de términos de referencia técnicos para la primera fase de modernización	Documento de términos de referencia	1	10/09/2004	01/02/2005	21	0,5	50,00%	10	0	0
					Identificar las variables que pueden influir en la proyección y análisis de las tarifas.	Indicadores Económicos	3	01/10/2004	15/02/2005	20	3	100,00%	20	0	0
					Conocer el comportamiento de los servicios que presta ADPOSTAL.	Servicios	12	01/10/2004	15/02/2005	20	12	100,00%	20	0	0
					Identificar el comportamiento de las empresas de la competencia.	Empresas	20	01/10/2004	15/02/2005	20	20	100,00%	20	0	0
22	1202003	Apartados Postales: En la ejecución del contrato No 132 se evidencia lo siguiente: Inadecuada inversión por \$666 millones, por cuanto de los 350 módulos equivalentes a 34.500 cajillas adquiridas únicamente se han arrendado 16 lo que equivale al 0,05%	Diseño de un proyecto para la promoción de los apartados postales a nivel nacional.	Promocionar a nivel nacional la venta de apartados postales	Diseño del proyecto	Proyecto	1	04/10/2004	30/12/2004	12	1	100,00%	12	12	12
													90,4285714	12,4285714	12
											439		375	182,428571	194

Evaluación del plan de mejoramiento

Puntajes base de evaluación

Puntaje base evaluación de cumplimiento

Puntaje base evaluación de avance

PBEC =	194
PBEA =	439

Cumplimiento del plan

CPM = POMMVi/PBEC	93,83%
-------------------	--------

Avance del plan de mejoramiento

AP= POMi/PBEA	85,39%
---------------	--------