



## PLAN ESTRATÉGICO

### SITUACIÓN DE LA VERSIÓN

Versión	Fecha vigencia	Elaboró	Revisó	Aprobó
08	Febrero 4 de 2013	Cargo: Director de Planeación  _____	Cargos: Técnico en Gestión de Calidad  _____	Cargo: Gerente  _____

 <p>TERMINAL DE TRANSPORTES DE PEREIRA S.A.</p>	<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	<b>Fecha de Vig:</b> <b>Febrero 4 de 2013</b>
		<b>VERSIÓN: 08</b>
		<b>Página 2 de 23</b>

## CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN .....	3
METODOLOGÍA UTILIZADA .....	3
DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO .....	5
MISIÓN .....	5
PROPUESTA DE VALOR.....	5
VISIÓN.....	5
POLÍTICA INTEGRAL .....	6
VALORES.....	6
ANÁLISIS DOFA – DIAGNOSTICO .....	6
MODELO DE RELACIÓN CAUSA EFECTO ENTRE LAS LÍNEAS ESTRATEGICA .....	9
LÍNEAS, OBJETIVOS E INDICADORES DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA TERMINAL .....	10
LÍNEA DESARROLLO INSTITUCIONAL.....	10
LÍNEA PROCESOS INTERNOS.....	11
LÍNEA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE .....	11
LÍNEA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA E INSTITUCIONAL.....	12
MAPA ESTRATEGICO .....	14
METAS .....	15
INICIATIVAS .....	23
PRESUPUESTO DEL PLAN .....	23

	<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	<b>Fecha de Vig:</b> <b>Febrero 4 de 2013</b>
		<b>VERSIÓN: 08</b>
		<b>Página 3 de 23</b>

## INTRODUCCIÓN

La planeación estratégica de la Terminal de Transportes de Pereira, es un proceso que tiene por objetivo fijar el curso de las acciones que se deben seguir en el mediano y largo plazo, para garantizar la gestión y el cumplimiento de sus metas y proyectos. Como parte de la planeación se utilizó la metodología del “Balanced Scorecard”, herramienta que permite hacer seguimiento a la implementación efectiva de lo planeado. El “Balanced Scorecard” busca evaluar el desempeño de la entidad mediante indicadores de resultados alineados con la estrategia del negocio, los objetivos, los procesos y las necesidades de los clientes.

El Plan Estratégico de la Terminal de Transportes de Pereira, está integrado por elementos ya conocidos como la visión, misión, objetivos estratégicos, metas y planes de acción, que influyen en el logro del propósito misional, también incluye como novedoso la edificación de la propuesta de valor de la Empresa, la cual encierra el conjunto de productos, servicios, beneficios y valores agregados que la entidad ofrece a los clientes y que la hacen diferente a la competencia.

Para definir nuestra “Ruta Estratégica” se contó con espacios de cooperación colectiva y concertación entre los diferentes niveles, lo cual permitió hacer partícipe a toda la Organización

La Terminal del Transporte de Pereira busca fortalecer el equipo de trabajo, a través de un enfoque basado en procesos y un aprendizaje constante, de tal forma que se mejoren los niveles de comunicación y las relaciones con los clientes.

## METODOLOGÍA UTILIZADA

La Terminal de Transportes de Pereira formuló su plan estratégico para la vigencia 2013-2017 utilizando la metodología Balance Scorecard o Cuadro de Mando Integral, con la cual se pretende reorientar el sistema gerencial y enlazar efectivamente las estrategias del corto plazo con las estrategias a largo plazo, vinculando de manera independiente cuatro perspectivas: **Aprendizaje, infraestructura e innovación, Procesos Internos, Clientes y Financiera.**

La metodología implementada ayuda a convertir las estrategias en acción, ya que se busca que todo lo que se trabaja para el corto plazo termine repercutiendo en sus metas y proyectos de largo plazo, vinculando de manera interdependiente en

 TERMINAL DE TRANSPORTES DE PEREIRA S.A.	<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	<b>Fecha de Vig:</b> <b>Febrero 4 de 2013</b>
		<b>VERSIÓN: 08</b>
		<b>Página 4 de 23</b>

las cuatro perspectivas que caracterizan esta metodología. Los nombres otorgados a estas perspectivas en la Terminal de Transportes de Pereira son:

1. Línea desarrollo institucional
2. Línea procesos Internos
3. Línea de satisfacción del cliente
4. Línea de sostenibilidad financiera.

El proceso de construcción del “plan estratégico” inició con la creación del diagnóstico de la entidad y continuo con la revisión y ajuste de la visión, misión y propuesta de valor de la empresa (donde se definieron los propósitos centrales de su estrategia) y a partir de allí se crearon los objetivos requeridos para alcanzar la visión. Se identificó también, la interrelación entre cada uno de los objetivos con la creación del mapa estratégico.

Posteriormente los funcionarios de la entidad se reunieron y definieron las metas, para cada uno de los 5 años del “plan estratégico”, las cuales ayudarán a cumplir los objetivos planteados.

Finalmente, se definieron los “planes de acción por proceso” para el año 2013, identificando actividades, indicadores y responsables, de acuerdo a los niveles de responsabilidad de cada una de las diferentes metas definidas, con criterio de contribución compartida, es decir, bajo el concepto de que el logro de cada meta determinada depende del trabajo conjunto y articulado de las diferentes áreas de la organización



## DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO

### MISIÓN

“Concentrar, controlar y coordinar la operación del transporte público intermunicipal de pasajeros, aplicando y cumpliendo las normas que rigen la materia; con el fin de brindar a los usuarios, empresas transportadoras y comerciantes: comodidad, bienestar y seguridad, a través de procesos con altos índices de calidad”

### PROPUESTA DE VALOR

“Integrar el Transporte y el Comercio, brindando al usuario un servicio cómodo, seguro y cordial, con altos índices de calidad, para ofrecer un mejor partir y un mejor llegar”

### VISIÓN

“Para el 2017 seremos reconocidos por ser una empresa próspera e innovadora, que genera rentabilidad social y está comprometida con el medio ambiente, que aporta al desarrollo de la ciudad a través de la integración de medios de transporte, y que logra que sus clientes quieran volver”.

	<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	<b>Fecha de Vig:</b> <b>Febrero 4 de 2013</b>
		<b>VERSIÓN: 08</b>
		<b>Página 6 de 23</b>

## **POLÍTICA INTEGRAL**

La Terminal de Transportes de Pereira S.A. tiene el compromiso de mejorar continuamente su Sistema de Gestión Integral para lograr la satisfacción de sus clientes internos y externos, brindando servicios con seguridad, comodidad y eficiencia, previniendo la ocurrencia de lesiones y enfermedades, cumpliendo la legislación aplicable y minimizando los riesgos más representativos derivados de las actividades de la empresa, para lo cual cuenta con talento humano competente y con recursos físicos y tecnológicos adecuados.

## **VALORES**

**COMPROMISO:** Sentimos que la Terminal de Transportes de Pereira S.A. hace parte de nuestro proyecto de vida, asumiendo las tareas con interés, pro actividad, perseverancia y responsabilidad.

**HONESTIDAD:** Administramos los recursos de toda índole con rectitud, claridad y transparencia.

**LEALTAD:** Cumplimos y nos comprometemos frente a todas nuestras actuaciones, sabiendo manifestar las no conformidades en pro de un bien común.

**RESPECTO:** Aceptamos a los demás tal y como son, teniendo en cuenta sus fortalezas y debilidades.

**RESPONSABILIDAD:** Cumplimos a cabalidad con los compromisos adquiridos, reconociendo y asumiendo las falencias.

**TOLERANCIA:** Admitimos en los demás una manera de ser y de obrar distinta a la propia, con un verdadero sentido de aceptación y reconocimiento.

## **ANÁLISIS DOFA – DIAGNOSTICO**

Se realizó un diagnóstico de la situación actual de la Terminal, utilizando la matriz DOFA para identificar y analizar fortalezas y debilidades de la organización, así como las oportunidades y amenazas reveladas por la información obtenida del contexto externo. Dicha dinámica se realizó con funcionarios de los diferentes niveles de la Organización, mediante la aplicación de un cuestionario (17 en total) afín de hacer un balance estratégico de la entidad; tabuladas las encuestas fueron analizadas por funcionarios de Planeación así como los cambios en el

 <p>TERMINAL DE TRANSPORTES DE PEREIRA S.A.</p>	<p><b>PLAN ESTRATÉGICO</b></p>	<p><b>Fecha de Vig:</b> <b>Febrero 4 de 2013</b></p>
		<p><b>VERSIÓN: 08</b></p>
		<p><b>Página 7 de 23</b></p>

entorno que pudieran generar algún tipo de impacto sobre la entidad. Con el análisis integral de toda la información se identificaron las debilidades, fortalezas, oportunidades y amenazas de la entidad, consolidándolas en una matriz que permitiera relacionar las oportunidades y amenazas externas con sus fortalezas y debilidades internas, e identificar alternativas estratégicas así:

**Fortalezas y Oportunidades (FO)** – Estrategia que aprovecha las fortalezas para maximizar las oportunidades.

**Fortalezas y Amenazas (FA)** – Estrategia que utiliza las fortalezas para minimizar las amenazas.

**Debilidades y oportunidades (DO)** – Estrategia que minimiza las debilidades sacando partido de las oportunidades.

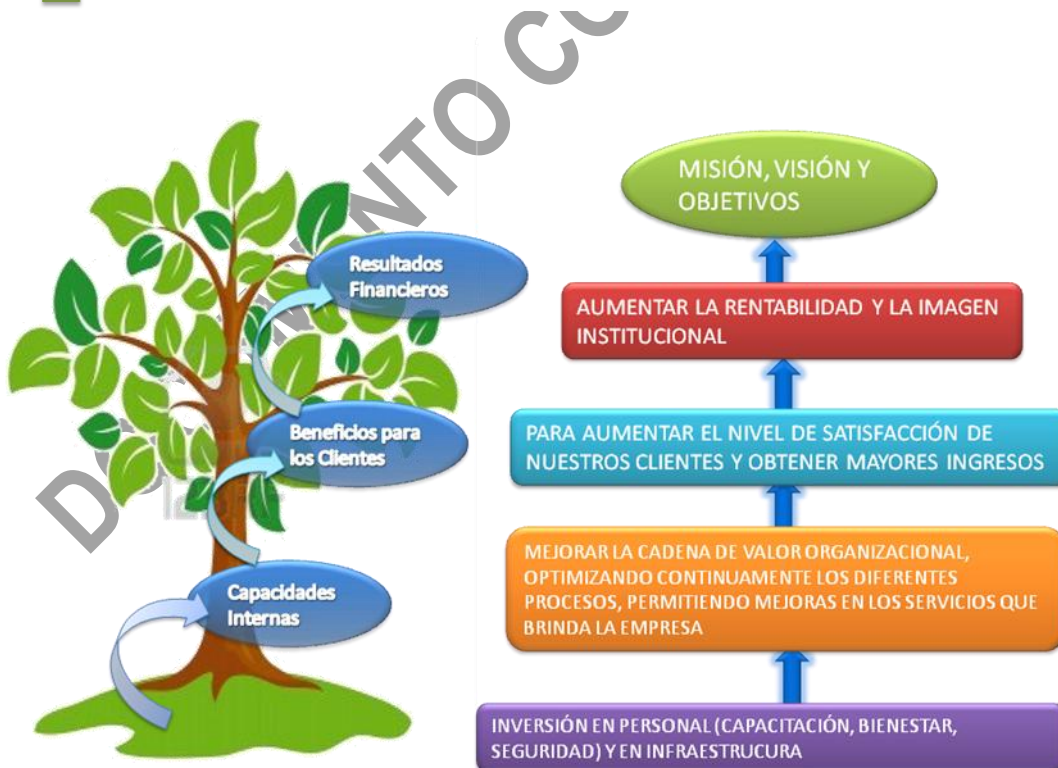
**Debilidades y Amenazas (DA)** – Estrategia que minimiza las debilidades y evita las amenazas.

DOCUMENTO CONTROLADO

<p style="text-align: center;">FACTORES INTERNOS</p>	<p><b>Fortalezas</b>          Monopolio en transporte terrestre automotor en la región          *Ubicación estratégica          *Instalaciones seguras, cómodas y completas          *Conocimiento del Negocio          *La entidad Genera sus propios ingresos y es autosostenible          *La certificación de calidad          *Buena calificación de riesgos financieros          *Estabilidad Laboral y Baja Rotación          *Hacer parte de Conalter (Corporación Nacional de Terminales).          *Contar con Sistemas de Gestión de Calidad, Salud Ocupacional.          *Reconocimiento como empresa socialmente responsable.</p>	<p><b>Debilidades</b>          *Falta de un sistema de indicadores que permita relacionar los resultados de la gestión con la estrategia.          *Desarticulación Estrategia-Cultura          *Falta de profundidad en la identificación de la causa de los problemas, que genera la existencia de problemas persistentes          *Capacidad para hacer cumplir el manual operativo          *Problemas locativos persistentes y sin resolver (filtraciones cubierta, fluctuaciones de energía)          *Parqueaderos Internos y Salones de Conductores          *Clima laboral          *Resago Tecnológico en la Operación: Controles de entrada, acceso sistematizado a los baños, y otros.</p>
<p style="text-align: center;">FACTORES EXTERNOS</p> <p><b>Oportunidades</b>          *Proyectos en Curso:          -Salones VIP          *Profundizar en Servicios Conexos y Complementarios          *Cambio en el criterio de cobro de tasas de Uso          *Imagen institucional positiva.          *Integración con otros modelos de transporte          *Explotación propia de la estación de gasolina          *Alianzas con empresas transportadoras y comerciantes.          *Incidir en la licitación de rutas nuevas y cambios en la política desde la agremiación (Conalter).          *Regulación de las terminales de transferencia</p>	<p><b>FO ESTRATEGIAS</b>          Desarrollo de nuevos servicios para el usuario          Capacitación a comerciantes y personal de empresas transportadoras para prestar un servicio más amable y cordial al usuario.          Alianzas con empresas transportadoras u otras entidades para integrar servicios de transporte.          Realizar adecuaciones físicas para mejorar el servicio al usuario. (Cabinas de información, cámaras de seguridad).          Involucrar a los comerciantes en campañas para atraer usuarios (Precios, Servicio, Higiene).          Mejorar el nivel de satisfacción del cliente.          Realizar campañas resaltando las acciones de carácter social ejecutadas.</p>	<p><b>DO ESTRATEGIAS</b>          Revisión del procedimiento de sanciones por infracciones al Manual Operativo y búsqueda de alternativas legales con otros Terminales o Conalter para el cobro del comparendo.          Buscar alianzas con empresas transportadoras, comerciantes u otras entidades para innovar tecnológicamente los servicios que se prestan al usuario.</p>
<p><b>Amenazas</b>          * Disminución en el número de usuarios, aumento progresivo de la relación ingresos/egresos:          -Bajo costo de tiquetes aéreos          -Proliferación de transporte informal          -Facilidades para la adquisición de motos y carros sumado a precios competitivos          *La ampliación de cobertura del megabus a poblaciones que componen el área metropolitana y cercanas.          *Las entidades de control no parecen entender bien la naturaleza jurídica de la empresa.          *Derrumbes, cierres de carreteras e inseguridad en las vías.          *Vandalismo y presencia de personas potencialmente peligrosas en la terminal.          *Cambios en la regulación del transporte, vinculados a la política          *Enfoque del ministerio más hacia la infraestructura que al transporte.          *Sanciones por incumplimiento de normatividad ambiental.</p>	<p><b>FA ESTRATEGIAS</b>          Diversificación del portafolio de servicios          Entrada de empresas comercialmente acreditadas o reconocidas en el ámbito nacional.          Asistencia a reuniones y capacitaciones de Conalter y demás entidades para estar atentos a los cambios normativos que incidan en la operación del transporte público terrestre automotor.          Implementación del Sistema de Gestión Ambiental.</p>	<p><b>DA ESTRATEGIAS</b>          Revisión de los programas de Formación, Bienestar Social y Salud Ocupacional teniendo en cuenta las necesidades de los empleados.          Diseño de indicadores de resultados (impacto) para el seguimiento al Plan Estratégico.          Monitoreo permanente al plan de mantenimiento y plan de inversiones (infraestructura) para dar pronta solución a problemas locativos.          Operación sistematizada del control de acceso.          Realización de Campañas de promoción y posicionamiento.          Realización de campañas de racionalización del gasto (papelería, servicios públicos).          Acciones legales para deudores morosos por arrendamientos.          Fortalecer los controles al Ingreso por concepto de servicio de baños y otros servicios (guardaequipajes, loteros, lustrabotas).          Búsqueda de alternativas para disminución en el consumo de agua y energía.</p>



## MODELO DE RELACIÓN CAUSA EFECTO ENTRE LAS LÍNEAS ESTRATEGICAS



	<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	<b>Fecha de Vig:</b> <b>Febrero 4 de 2013</b>
		<b>VERSIÓN: 08</b>
		<b>Página 10 de 23</b>

## LÍNEAS, OBJETIVOS E INDICADORES DEL DIRECCIONAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA TERMINAL

A continuación, se detalla por cada una de las cuatro líneas, sus correspondientes definiciones, objetivos e indicadores que generan el cumplimiento de los mismos.

### LÍNEA DESARROLLO INSTITUCIONAL

Comprende las estrategias para mejorar la calificación del recurso humano que labora en la organización y de los clientes internos que prestan los servicios (empresas transportadoras, comerciantes, conductores, cargaequipajes, loteros, etc.), combinando con la aplicación de nuevas tecnologías, infraestructura y el entorno organizacional.

OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADORES
<b>1. Adecuar la infraestructura para ser eco-eficiente</b>	Resultado de la encuesta de satisfacción del cliente ítem iluminación.
	Ahorro en el consumo de energía luminica.
<b>2. Actualizar e innovar tecnológicamente las instalaciones y servicios de la Terminal</b>	1. Servicio de wi-fi en los 2 niveles de la terminal.
	2. Aplicativo que permita a los usuarios consultar rutas, horarios y precios a través de Internet o de otro sistema.
	3. Proyecto de taxis implementado.
<b>3. Adecuar las instalaciones para mejorar la seguridad, comodidad e infraestructura para el usuario.</b>	Efectividad en la seguridad de las instalaciones.
	Áreas principales de la Terminal señalizadas cumpliendo con la normatividad aplicable.
	Resultado de encuesta de satisfacción del cliente, ítem señalización.
	Cabinas de información rediseñadas.
	Salas de espera con silletería nueva, acorde a las necesidades del usuario.
	Oportunidad de respuesta en las solicitudes de mantenimiento.
	Tres Salas VIP en funcionamiento.
	Disminución de PQRS por pérdida de equipaje.
20 obras que generen seguridad y comodidad para el usuario 42 mejoras a la infraestructura existente	
<b>4. Fortalecer el talento humano en la prestación del servicio incluyendo transportadores y comerciantes</b>	Resultados encuesta de clima organizacional superior al 80% -
	Empleados con mejores competencias laborales obteniendo una evaluación de desempeño en el rango promedio por encima del 60%.
	Resultado encuesta de satisfacción del cliente - Calidad del servicio.
	Programa de salud ocupacional, capacitación, bienestar y seguridad y emergencias con un 97% de cumplimiento.
<b>5. Actualización normativa en temas de transporte.</b>	Difusión del 100% de la normatividad relacionada con el transporte (recibida en capacitaciones, foros, talleres, etc. relacionados con el transporte).

	<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	<b>Fecha de Vig:</b> <b>Febrero 4 de 2013</b>
		<b>VERSIÓN: 08</b>
		<b>Página 11 de 23</b>

## LÍNEA PROCESOS INTERNOS

Se orienta a trabajar estrategias para mejorar la cadena de valor organizacional, optimizando continuamente los diferentes procesos, que permitan innovaciones y mejoras en los servicios que brinda la Empresa.

OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADORES
<b>6. Crear alianzas estratégicas para la integración de modos y servicios de transporte.</b>	3 Alianzas estratégicas.
<b>7. Fortalecer el Sistema de Gestión Integral</b>	Disminución de hallazgos en los procesos críticos en auditorias de control Interno.
	Campañas para fortalecer la cultura de autocontrol.
	Empresa con Concepto de Auditoria FAVORABLE.
	100% de los derechos de petición tramitados oportunamente.
	Digitalización del archivo en un 100%.
	Certificado en la norma NTC ISO 9001 vigente.
<b>8. Reducir el impacto ambiental</b>	Adquisición de 20 computadores para mejorar los proceso.
	Requisitos legales en materia ambiental identificados e implementados en un 98%.
<b>9. Definir un procedimiento efectivo para hacer cumplir el manual operativo.</b>	Certificación en la NTC 14001.
	Manual operativo actualizado y acorde a la normatividad aplicable a la entidad -
<b>10. Regular el ingreso de vehículos a la Terminal.</b>	Nuevo Manual operativo implementado en un 100%.
	Aplicativo de control de entrada funcionando en un 100%.
<b>11. Implementar acciones de tipo social</b>	Cumplimiento de las acciones de responsabilidad social en un 98%.
<b>12. Fortalecer el modelo de Servicio al cliente</b>	Modelo de servicios al cliente implementado en un 88%.

## LÍNEA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Se orienta a trabajar estrategias en la satisfacción, adquisición, retención y en la entrega de beneficios continuos al cliente, También permite identificar y medir en forma explícita la propuesta de valor planteada por la Organización.

	<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	<b>Fecha de Vig:</b> Febrero 4 de 2013
		<b>VERSIÓN: 08</b>
		<b>Página 12 de 23</b>

OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADORES
13. Mejorar el nivel de satisfacción de nuestros clientes: Empresas transportadoras, comerciantes, usuarios.	Resultado encuestas de satisfacción del cliente.
	Disminución en el número de quejas por temas repetitivos.
14. Ofrecer nuevos servicios	Nuevos Servicios implementados.
15. Hacer de la Terminal un espacio más seguro para las personas.	34 campañas de seguridad.
	Resultado encuesta de satisfacción del cliente. Seguridad.
16. Cautivar usuarios	% de incremento de ingreso de usuarios.
17. Brindar un servicio amable y cordial.	Resultado de la encuesta de satisfacción del cliente y de percepción ciudadana.
	Espacios amigables diseñados.

### LÍNEA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA E INSTITUCIONAL

Se centra en la creación de valor para el accionista, lo que esperan de la empresa en términos de crecimiento y rentabilidad. Muestra lo resultados obtenidos de las decisiones estratégicas tomadas en las otras perspectivas al mismo tiempo que establece varios de los objetivos de largo plazo, también los relacionados con el valor intrínseco de la organización, como su imagen, su prestigio o su nivel de aceptación por parte de la comunidad.

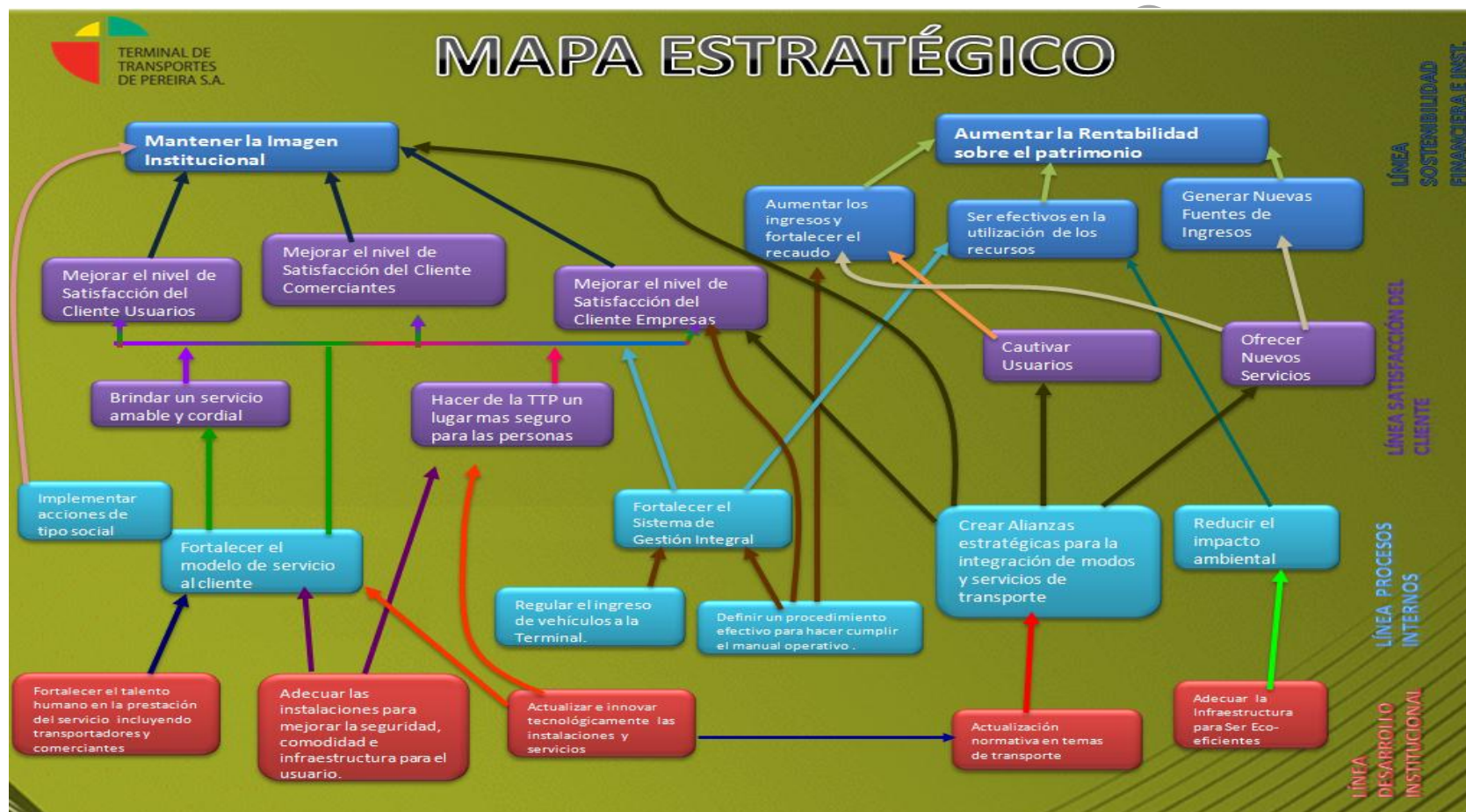
OBJETIVO ESTRATÉGICO	INDICADORES
18. Ser efectivos en la utilización de los recursos	Disminución del consumo de energía y papelería.
19. Generar nuevas fuentes de ingreso (ARRENDAMIENTO POR SALAS VIP Y % RECAUDO BAHÍA ACOPIO DE TAXIS-HOTEL).	% de nuevos ingresos generados.
20. Mantener la imagen institucional.	Mejorar la atención al usuario y la percepción hacia la entidad.
	Conocimiento de la entidad.
	Aumento en el número de usuarios.

 <b>TERMINAL DE TRANSPORTES DE PEREIRA S.A.</b>	<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	<b>Fecha de Vig: Febrero 4 de 2013</b>
		<b>VERSIÓN: 08</b>
		<b>Página 13 de 23</b>

<b>21. Aumentar los ingresos y fortalecer el recaudo.</b>	Incremento de ingresos en un 3.7%.
	Recuperación de cartera de al menos 78%.
<b>22. Aumentar la rentabilidad sobre el patrimonio (UTILIDAD / PATRIMONIO (CON VALORIZACIÓN))</b>	Aumento de la rentabilidad en un 1.57%.

DOCUMENTO CONTROLADO

MAPA ESTRATEGICO



## METAS

TE M	OBJETIVO	METAS					INDICADOR
		AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	
<b>LINEA DESARROLLO INSTITUCIONAL</b>							
1	Adecuar la infraestructura para ser eco-eficiente		Diseño, planeación y presupuesto del proyecto (paneles solares-recolección de aguas lluvias).	Financiación del proyecto.	Ejecución y evaluación del 30% del proyecto aprobado.		Resultado de la encuesta de satisfacción del cliente ítem iluminación- Ahorro en el consumo de energía lumínica.
		Ejecutar primera fase de iluminación tipo LED.	Ejecutar segunda fase de iluminación tipo LED.	Ejecutar tercera fase de iluminación tipo LED.			
2	Actualizar e innovar tecnológicamente las instalaciones y servicios de la Terminal	Crear 2 zonas WI-FI en el 1º y 2º nivel de la Terminal.					1. Servicio de wi-fi en los 2 niveles de la terminal 2. Aplicativo que permita a los usuarios consultar rutas, horarios y precios a través de Internet o de otro sistema. 3. Proyecto de taxis implementado
		Implementar sistema de información al usuario con rutas, precios y horarios a través de la página Web.	Seguimiento, evaluación y mantenimiento del sistema de información instalado.	Seguimiento, evaluación y mantenimiento del sistema de información instalado.	Seguimiento, evaluación y mantenimiento del sistema de información instalado.	Seguimiento, evaluación y mantenimiento del sistema de información instalado.	
		Ajustar la propuesta financiera para darle viabilidad al proyecto de despacho de taxis urbanos y gestionar los recursos para su ejecución.	Ejecución de la 1º fase del proyecto, (Adecuación del terreno, Obras civiles y arquitectónicas).	Ejecución de la 2º fase del proyecto, (adecuaciones tecnológicas, redes de comunicaciones y puesta en marcha del proyecto).			
3	Adecuar las instalaciones	Realizar estudio de seguridad para	Lograr el cubrimiento del 60%.	Lograr el cubrimiento del 80%	Lograr el cubrimiento del		Efectividad en la seguridad de las

	<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	<b>Fecha de Vig:</b> <b>Febrero 4 de 2013</b>
		<b>VERSIÓN: 08</b>
		<b>Página 16 de 23</b>

TE M	OBJETIVO	METAS					INDICADOR
		AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	
	para mejorar la seguridad, comodidad e infraestructura para el usuario.	detectar necesidades de cámaras o de otros equipos en las instalaciones e iniciar su implementación.		.	100%.		instalaciones Áreas principales de la Terminal señalizadas cumpliendo con la normatividad aplicable
		Planear, presupuestar y ejecutar el 70% de la señalización de las áreas principales.	ejecutar el 80% de la señalización de las áreas principales.	Ejecutar el 100% de la señalización de las áreas principales.	Ejecutar el 100% de las áreas complementarias de la Terminal.		Resultado de encuesta de satisfacción del cliente, ítem señalización.
		Estudios y diseños para la construcción de cabinas de información en el 1º y 2º nivel de la Terminal.	Ejecutar el 100% del proyecto aprobado.				Cabinas de información rediseñadas
		Estudios Técnicos y económicos para el reemplazo de la silletería.	Ejecución del proyecto de reemplazo de la silletería de las salas de espera y mall de comidas.	Seguimiento, evaluación y mantenimiento del proyecto.	Seguimiento, evaluación y mantenimiento del proyecto.	Seguimiento, evaluación y mantenimiento del proyecto.	Salas de espera con silletería nueva, acorde a las necesidades del usuario.
		Lograr el 75% cubrimiento necesidades de mantenimiento.	Lograr el 77% cubrimiento necesidades de mantenimiento.	Lograr el 79% cubrimiento necesidades de mantenimiento.	Lograr el 80% cubrimiento necesidades de mantenimiento.	Lograr el 82% cubrimiento necesidades de mantenimiento.	Oportunidad de respuesta en las solicitudes de mantenimiento.
		Construcción parqueadero de Motos para la Terminal de Transportes.					Tres Salas VIP en funcionamiento. Disminución de PQRS por pérdida de equipaje. 20 obras que generen seguridad y comodidad para el usuario



	<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	<b>Fecha de Vig:</b> <b>Febrero 4 de 2013</b>
		<b>VERSIÓN: 08</b>
		<b>Página 17 de 23</b>

TE M	OBJETIVO	METAS					INDICADOR
		AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	
		Construcción (1) sala VIP.	Construcción (1) sala VIP.				42 Mejoras a la infraestructura existente
		Realizar como mínimo tres (3) obras de infraestructura para bienestar de usuarios y clientes.	Realizar como mínimo tres (3) obras de infraestructura para bienestar de los usuarios.	Realizar como mínimo cuatro (4) obras de infraestructura para bienestar de los usuarios.	Realizar como mínimo cuatro (4) obras de infraestructura para bienestar de los usuarios.	Realizar como mínimo cinco (5) obras de infraestructura para bienestar de los usuarios.	
			Estudios técnicos y financieros para mejorar las rampas para discapacitados.	Ejecutar el 100% del proyecto aprobado de rampas para discapacitados.			
		Diez (10) mejoras a la infraestructura existente.	Diez (8) mejoras a la infraestructura existente.	Diez (8) mejoras a la infraestructura existente.	Diez (8) mejoras a la infraestructura existente.	Diez (8) mejoras a la infraestructura existente.	
4	Fortalecer el talento humano en la prestación del servicio incluyendo transportadores y comerciantes	Diseño e implementación en un 95% de programas para capacitación de empleados, comerciantes y transportadores. En temas como Atención al usuario, idiomas, seguridad y emergencias, salud ocupacional).	Implementación de programas en un 96%.	Implementación de programas en un 97%.	Implementación de programas en un 97%.	Implementación de programas en un 97%.	Resultados encuesta de clima organizacional superior al 80% - Empleados con mejores competencias laborales obteniendo una evaluación de desempeño en el rango promedio por encima del 60%. Resultado encuesta de satisfacción del cliente - Calidad del servicio. Programa de salud ocupacional, capacitación,

	<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	<b>Fecha de Vig:</b> <b>Febrero 4 de 2013</b>
		<b>VERSIÓN: 08</b>
		<b>Página 18 de 23</b>

TE M	OBJETIVO	METAS					INDICADOR
		AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	
							bienestar y seguridad y emergencias con un 97% de cumplimiento.
5	Actualización normativa en temas de transporte	Difusión del 100% de cambios normativos o información de interés recibida en capacitaciones, foros, talleres, etc. relacionados con el transporte.	Difusión del 100% de cambios normativos o información de interés recibida en capacitaciones, foros, talleres, etc. relacionados con el transporte.	Difusión del 100% de cambios normativos o información de interés recibida en capacitaciones, foros, talleres, etc. relacionados con el transporte.	Difusión del 100% de cambios normativos o información de interés recibida en capacitaciones, foros, talleres, etc. relacionados con el transporte.	Difusión del 100% de cambios normativos o información de interés recibida en capacitaciones, foros, talleres, etc. relacionados con el transporte.	Difusión del 100% de la normatividad relacionada con el transporte (recibida en capacitaciones, foros, talleres, etc. relacionados con el transporte.)
<b>LINEA PROCESOS INTERNOS</b>							
6	Crear alianzas estratégicas para la integración de modos y servicios de transporte.	Identificar nuevos aliados estratégicos.	Realizar una (1) alianza estratégica.	Realizar una (1) alianza estratégica.	Realizar una (1) alianza estratégica.	Fortalecer las alianzas estratégicas realizadas.	3 Alianzas estratégicas.
7	Fortalecer el Sistema de Gestión Integral	Lograr con las auditorias internas de Control Interno, un cubrimiento del 80% a los procesos críticos.	Lograr con las auditorias internas de Control Interno un cubrimiento del 82% a los procesos críticos.	Lograr con las auditorias internas de Control Interno un cubrimiento del 84% a los procesos críticos.	Lograr con las auditorias internas de Control Interno un cubrimiento del 86% a los procesos críticos.	Lograr con las auditorias internas de Control Interno un cubrimiento del 88% a los procesos críticos.	Disminución de hallazgos en los procesos críticos en auditorias de control Interno
		Disminuir en 5% el número de hallazgos de auditoría.	Disminuir en 6% el número de hallazgos de auditoría.	Disminuir en 7% el número de hallazgos de auditoría.	Disminuir en 8% el número de hallazgos de auditoría.	Disminuir en 10% el número de hallazgos de auditoría.	Campañas para fortalecer la cultura de autocontrol
		Difusión y socialización de los cambios normativos	Difusión del 100% de cambios normativos que	Difusión del 100% de cambios normativos que	Difusión del 100% de cambios normativos que	Difusión del 100% de cambios normativos que	Difusión del 100% de cambios normativos que tengan relación

TE M	OBJETIVO	METAS					INDICADOR
		AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	
		identificados relacionados con la entidad.	tengan relación con todos los procesos de la entidad.	tengan relación con todos los procesos de la entidad.	tengan relación con todos los procesos de la entidad.	con todos los procesos de la entidad.	100% de los derechos de petición tramitados oportunamente
		Dar trámite al 100% de derechos de petición.	Dar trámite al 100% de derechos de petición.	Dar trámite al 100% de derechos de petición.	Dar trámite al 100% de derechos de petición.	Dar trámite al 100% de derechos de petición.	Digitalización del archivo en un 100%
		Digitalizar el archivo central e histórico en un 100%.	Digitalizar en 100% el archivo central.	Digitalizar en 100% el archivo central.	Digitalizar en 100% el archivo central.	Digitalizar en 100% el archivo central.	Certificado en la norma NTC ISO 9001 vigente
		Cero conformidades Mayores en auditorias de seguimiento realizadas por el ente certificador.	Cero conformidades Mayores en auditorias de seguimiento realizadas por el ente certificador.	Cero conformidades Mayores en auditorias de seguimiento realizadas por el ente certificador.	Cero conformidades Mayores en auditorias de seguimiento realizadas por el ente certificador.	Cero conformidades Mayores en auditorias de seguimiento realizadas por el ente certificador.	ADquisición de 20 computadores para mejorar los proceso.
		Adquisición de cuatro computadores para el área administrativa.	Adquisición de cuatro computadores para el área administrativa.	Adquisición de cuatro computadores para el área administrativa.	Adquisición de cuatro computadores para el área administrativa.	Adquisición de cuatro computadores para el área administrativa.	
8	Reducir el impacto ambiental	95% de cumplimiento del plan de Gestión Ambiental.	96% de cumplimiento del plan de Gestión Ambiental.	97% de cumplimiento del plan de Gestión Ambiental.	98% de cumplimiento del plan de Gestión Ambiental.	98% de cumplimiento del plan de Gestión Ambiental.	Requisitos legales en materia ambiental identificados e implementados en un 98%
		Definir los parámetros para la implementación de la NTC 14001 y los recursos requeridos.	Implementación NTC 14001.	Implementación NTC 14001.	Implementación NTC 14001.	Certificación NTC 14001.	Certificación en la NTC 14001
9	Definir un procedimiento efectivo para	Ajustar, socializar e implementar el procedimiento para	Aplicación del manual operativo en un 100%.	Aplicación del manual operativo en un 100%.	Aplicación del manual operativo en un 100%.	Aplicación del manual operativo en un 100%.	Manual operativo actualizado y acorde a la normatividad

	<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	<b>Fecha de Vig:</b> <b>Febrero 4 de 2013</b>
		<b>VERSIÓN: 08</b>
		<b>Página 20 de 23</b>

TE M	OBJETIVO	METAS					INDICADOR
		AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	
	hacer cumplir el manual operativo .	la aplicación del Manual Operativo.					aplicable a la entidad - Nuevo Manual operativo implementado en un 100%
10	Regular el ingreso de vehículos a la Terminal.	Ajustar e implementar el aplicativo del control de entrada.	Aplicativo funcionando en un 100%.	Aplicativo funcionando en un 100%.	Aplicativo funcionando en un 100%.	Aplicativo funcionando en un 100%.	Aplicativo de control de entrada funcionando en un 100%
11	Implementar acciones de tipo social	95% de cumplimiento de las acciones de Responsabilidad Social.	96% de cumplimiento de las acciones de Responsabilidad Social.	97% de cumplimiento de las acciones de Responsabilidad Social.	98% de cumplimiento de las acciones de Responsabilidad Social.	98% de cumplimiento de las acciones de Responsabilidad Social.	Cumplimiento de las acciones de responsabilidad social en un 98%
12	Fortalecer el modelo de Servicio al cliente	Identificar aspectos susceptibles de mejora y definir plan de trabajo.	82% de cumplimiento del plan de trabajo.	84% de cumplimiento del plan de trabajo.	86% de cumplimiento del plan de trabajo.	88% de cumplimiento del plan de trabajo.	Modelo de servicios al cliente implementado en un 88%
<b>LINEA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b>							
13	Mejorar el nivel de satisfacción de nuestros clientes: Empresas transportadoras, comerciantes, usuarios.	Nivel de Satisfacción Empresas Transportadoras 80%.	Nivel de Satisfacción Empresas Transportadoras 81%.	Nivel de Satisfacción Empresas Transportadoras 82%.	Nivel de Satisfacción Empresas Transportadoras 83%.	Nivel de Satisfacción Empresas Transportadoras 84%.	Resultado encuestas de satisfacción del cliente. Disminución en el número de quejas por temas repetitivos
		Nivel de Satisfacción Comerciantes 80%.	Nivel de Satisfacción Comerciantes 81%.	Nivel de Satisfacción Comerciantes 82%.	Nivel de Satisfacción Comerciantes 83%.	Nivel de Satisfacción Comerciantes 84%.	
		Nivel de Satisfacción Usuarios 80%.	Nivel de Satisfacción Usuarios 81%.	Nivel de Satisfacción Usuarios 82%.	Nivel de Satisfacción Usuarios 83%.	Nivel de Satisfacción Usuarios 84%.	
		Gestionar el 70% de PQR.	Gestionar el 71% de PQR.	Gestionar el 72% de PQR.	Gestionar el 73% de PQR.	Gestionar el 74% de PQR.	
14	Ofrecer nuevos servicios	Identificar y diseñar nuevos servicios para los usuarios.	Implementar los nuevos servicios .	Implementar los nuevos servicios.	Implementar los nuevos servicios.	Implementar los nuevos servicios.	Nuevos Servicios implementados
15	Hacer de la	Realizar cinco (5)	Realizar cinco (5)	Realizar seis (6)	Realizar ocho (8)	Realizar diez (10)	34 campañas de

	<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	<b>Fecha de Vig:</b> <b>Febrero 4 de 2013</b>
		<b>VERSIÓN: 08</b>
		<b>Página 21 de 23</b>

TE M	OBJETIVO	METAS					INDICADOR
		AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	
	Terminal un espacio más seguro para las personas.	campanas de seguridad.	campanas de seguridad.	campanas de seguridad.	campanas de seguridad.	campanas de seguridad.	seguridad - Resultado encuesta de satisfacción del cliente . Seguridad
16	Cautivar usuarios	Realizar el aforo de los usuarios que utilizan la Terminal de Transportes.	Incrementar el ingreso de usuarios a la Terminal de Transportes en un 0.5%.	Incrementar el ingreso de usuarios a la Terminal de Transportes en un 0.6%.	Incrementar el ingreso de usuarios a la Terminal de Transportes en un 0.8%.	Incrementar el ingreso de usuarios a la Terminal de Transportes en un 1%.	% de incremento de ingreso de usuarios
17	Brindar un servicio amable y cordial.	Diseñar espacios amigables para el cliente.	Implementar el proyecto.	Implementar el proyecto.	Implementar el proyecto.	Implementar el proyecto.	Resultado de la encuesta de satisfacción del cliente y de percepción ciudadana. Espacios amigables diseñados
		Rediseñar encuesta de satisfacción del cliente (incluir capítulo que incluya amabilidad o cordialidad).	Calificación preguntas nuevo capítulo por encima del 70%.	Calificación preguntas nuevo capítulo por encima del 72%.	Calificación preguntas nuevo capítulo por encima del 75%.	Calificación preguntas nuevo capítulo por encima del 80%.	
<b>LINEA SOSTENIBILIDAD FINANCIERA E INSTITUCIONAL</b>							
18	Ser efectivos en la utilización de los recursos	Disminuir el consumo de servicio de energía (Kw.) en un 1%.	Disminuir el consumo de servicio de energía (Kw.) en un 3%.	Disminuir el consumo de servicio de energía (Kw.) en un 6%.	Disminuir el consumo de servicio de energía (Kw.) en un 10%.		Disminución del consumo de energía y papelería
		Ser efectivos para reducir el consumo de papelería en un 1% .	Ser efectivos para reducir el consumo de papelería en un 1.5%.	Ser efectivos para reducir el consumo de papelería en un 2%.	Ser efectivos para reducir el consumo de papelería en un 3%.	Ser efectivos para reducir el consumo de papelería en un 4%.	
19	Generar nuevas fuentes de ingreso (ARRENDAMIENTO POR SALAS VIP Y	Generar nuevos ingresos por valor de 120 millones de pesos.	Generar nuevos ingresos por valor de 306 millones de pesos.	Generar nuevos ingresos por valor de 309 millones de pesos.	Generar nuevos ingresos por valor de \$312 millones de pesos.	Generar nuevos ingresos por valor de 315 millones de pesos.	% de nuevos ingresos generados

TE M	OBJETIVO	METAS					INDICADOR
		AÑO 2013	AÑO 2014	AÑO 2015	AÑO 2016	AÑO 2017	
	% RECAUDO BAHÍA ACOPIO DE TAXIS-HOTEL).						
20	Mantener la imagen institucional	Favorabilidad encuesta percepción ciudadana del 94%.	Favorabilidad encuesta percepción ciudadana del 95%.	Favorabilidad encuesta percepción ciudadana del 95%.	Favorabilidad encuesta percepción ciudadana del 96%.	Favorabilidad encuesta percepción ciudadana del 96%.	Mejorar la atención al usuario y la percepción hacia la entidad Conocimiento de la entidad Aumento en el número de usuarios
		5 campañas de promoción y posicionamiento.	6 campañas de promoción y posicionamiento.	7 campañas de promoción y posicionamiento.	8 campañas de promoción y posicionamiento.	10 campañas de promoción y posicionamiento.	
		Mantenerse en los diez (10) primeros lugares entre las terminales del país en despachos y números de usuarios.	Mantenerse en los diez (10) primeros lugares entre las terminales del país en despachos y números de usuarios.	Mantenerse en los diez (10) primeros lugares entre las terminales del país en despachos y números de usuarios.	Mantenerse en los diez (10) primeros lugares entre las terminales del país en despachos y números de usuarios.	Mantenerse en los diez (10) primeros lugares entre las terminales del país en despachos y números de usuarios.	
21	Aumentar los ingresos y fortalecer el recaudo	Incremento de los ingresos en un 2.5%.	Incremento de los ingresos en un 3.1%.	Incremento de los ingresos en un 3.3%.	Incremento de los ingresos en un 3.5%.	Incremento de los ingresos en un 3.7%.	Incremento de ingresos en un 3.7% - Recuperación de cartera de al menos 78%.
		Recuperación de cartera en un 75%.	Recuperación de cartera en un 76%.	Recuperación de cartera en un 77%.	Recuperación de cartera en un 78%.	Recuperación de cartera en un 80%.	
22	Aumentar la rentabilidad sobre el patrimonio (UTILIDAD / PATRIMONIO (CON VALORIZACIÓN))	Aumento de la rentabilidad en un 1.30%.	Aumento de la rentabilidad en un 1.38%.	Aumento de la rentabilidad en un 1.46%.	Aumento de la rentabilidad en un 1.49%.	Aumento de la rentabilidad en un 1.57%.	Aumento de la rentabilidad en un 1.57%.

	<b>PLAN ESTRATÉGICO</b>	<b>Fecha de Vig:</b> Febrero 4 de 2013
		<b>VERSIÓN: 08</b>
		<b>Página 23 de 23</b>

## INICIATIVAS

Para dar cumplimiento a las metas planteadas, anualmente se definirá un plan de acción el cual será parte integral de este plan.

### PRESUPUESTO DEL PLAN

**Cifras en miles de pesos**

ESTRATEGIA	2013	2014	2015	2016	2017
Línea de sostenibilidad financiera	7,000,000	7,210,000	7,426,300	7,649,089	7,878,561
Línea procesos internos	90,500,000	93,215,000	96,011,450	98,891,793	101,858,547
Línea satisfacción del cliente	5,000,000	5,150,000	5,304,500	5,463,635	5,627,544
Línea Desarrollo Institucional	600,615,190	618,633,645	637,192,655	656,308,434	675,997,687
<b>Total</b>	<b>703,115,190</b>	<b>724,208,645</b>	<b>745,934,905</b>	<b>768,312,952</b>	<b>791,362,340</b>

<b>TOTAL PLAN: \$ 3.732.934.032</b>
-------------------------------------