

4.5.

Matriz Estratégica Plan Estratégico 2013 - 2017

MATRIZ ESTRATEGICA DE ENACO S.A.

Visión Corporativa: "Crear Alto Valor Social y Empresarial en Sectores de interés para el Estado Peruano, actuando con eficiencia y eficacia y siendo reconocidos por su contribucion al desarrollo del país"									
Vision de ENACO: "Ser la unica Empresa en el mundo nreconocida legalmente que provee hoja de coca y productos industrializados al mercado nacional e internacional, revalora la tradicion andina, contribuye con la salud de la Humanidad y respeta el medio ambiente".									
Perspectiva	Objetivo Estratégico FONAFE	Objetivo Estratégico Empresa	Objetivo Especifico Empresa	Indicador	Unidad de Medida	Meta Dic. 2014	Ejecución Dic. 2014	% Cmpl. 2014	Forma de Cálculo
Financiera	Impulsar el crecimiento de las empresas para contribuir al desarrollo del país	Incrementar la creación de valor economico de la empresa	Incrementar la rentabilidad de la empresa	Rentabilidad Patrimonial- ROE	Porcentaje	3.90	-0.37	-9.49%	(Ganancia (Pérdida) Neta del Ejercicio / Total Patrimonio Año Previo) x 100
				Rotación de Activos	Porcentaje	68.63	61.07	88.98%	(Total Ingresos de Actividades Ordinarias / Total Activos) x100
				Margen de Ventas	Porcentaje	4.14	-0.44	-10.63%	(Ganancia (Perdida Neta del Ejercicio / Total Ingresos de Actividades Ordinarias) x 100
				Incremento de los ingresos	Porcentaje	7.02	-5.91	-84.19%	((Total Ingresos de Actividades Ordinarias año actual - Total Ingresos de Actividades Ordinarias año Previo) / Total Ingresos de Actividades Ordinarias año previo) x 100
			Mejorar la cobertura de acopio de productores legales de hoja de coca	Incrementar la cobertura de compra de hoja de coca	Toneladas Métricas	2,363	1,913.48	80.98%	Volumen de Hoja de Coca comprada a los productores legales empadronados
Clientes y Grupos de Interés	Impulsar la creación de valor social	Recuperar el principio de autoridad en el mercado legal de hoja de coca	Implementar un programa de sensibilización social	Número de Beneficiarios de las Actividades Realizadas	Número	12,120	10,411.00	85.90%	Numero de Productores Empadronados Activos
				Percepcion promedio sobre el alcance de la misión social o estretégica	Número	0%	0%	0.00%	Encuesta Aplicada
				Nivel de satisfacción promedio de los clientes o beneficiarios	Porcentaje	83.00	0.00	0.00%	Porcentaje de Satisfaccion de los Clientes o Beneficiarios de los Servicios
				Implementacion de los programas anuales de Responsabilidad Social Empresarial	Porcentaje	100.00	55.00	55.00%	(Numero de Actividades Implementadas / Numero de Actividaes Programadas) x 100
Procesos Internos	Incrementar la eficiencia a travez de la exelencia operacional	Mejorar la eficiencia operacional de la empresa	Implementar los sistemas de gestion pública corporativa	Implementacion delCodigo de Buen Gobierno Corporativo	Porcentaje	100.00	100.00	100.00%	(Numero de Actividades Implementadas / Numero de Actividaes Programadas) x 100
				Implementacion del Sistema de Control Interno	Porcentaje	100.00	100.00	100.00%	(Numero de Actividades Implementadas / Numero de Actividaes Programadas) x 100
Aprendizaje	Fortalecer el talento humano, la prganizacion y el uso de las TIC en la corporación	Fortalecer el talento humano, la organización , empleando tecnologías de información y comunicación en la empresa	Implementar Tecnologías de Información	Implementacion de las Tecnologías de Información	Porcentaje	100.00	100.00	100.00%	(Numero de Actividades Implementadas / Numero de Actividaes Programadas) x 100
			Desarrollo de recursos humanos y cultura organizacional	Horas de capacitación per cápita por año	Número de Horas	26	22.71	87.35%	Numero de Horas de Capacitacion por año / Numero de Personal
				Desarrollo de Cultura Organizacional	Número	9.00	3.00	33.33%	Numero de Charlas y/o Seminarios Ejecutados
Promedio Total (año 2014)								48.25	

