

AREA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	META ANUAL	METAS POR TRIMESTRE		
					MI: Ene-Mar	MII: Abr-Ago	MIII: Set-Dic
COMUNICACIÓN	Cliente	Buena atención al cliente	Medición de satisfacción cliente interno.	Mejorar en un 10% la segunda evaluación sobre la primera.			10%
			Evaluación servicio brindado a medios	Mejorar en un 10% la segunda evaluación sobre la primera.			10%
	Información	Información noticiosa	Cantidad de reuniones con otras gerencias y departamentos	12	4	4	4
			Publicity	\$1.750.000	\$500.000	\$500.000	\$750.000
			Artículos de opinión	6	2	2	2
			Reuniones con directores - jefes de medios	4	1	2	1
			Cantidad de publicaciones en medios internacionales.	4	1	2	1
		Múltiples canales	Cantidad de seguidores en Facebook (por encima del número actual)	1200	400	400	400
			Cantidad de seguidores en Twitter (por encima del número actual)	500	150	150	200
			Desarrollar videos mensuales (capacitación, prensa, historia de éxito)	12	4	4	4
			Incremento en visitas al sitio web	20%	7%	7%	6%
			Cantidad de envíos realizados a clientes.	18	6	6	6
	Claridad de la información	Cantidad de voceros entrenados	Cantidad de voceros entrenados	6			6
			Cantidad de documentos de la plataforma preparados: Bios voceros; Hoja de datos; Documentos general de MC	10	3	4	3
				1		1	
				1		1	
	Comunicación	Creatividad	Cantidad de casos o proyectos que abordará y resolverá el Comité de Creatividad	6	3	3	3
			Cantidad de capacitaciones relacionadas con la creatividad en las que participa el equipo.	2	1	1	
		Eficiencia	Nuevas políticas y procedimientos para mejorar las labores del departamento	3	1	1	1
		Etica	Confección de protocolo de crisis	100%		1	
		Compromiso	Cantidad de procedimientos desarrollados e incluidos en ISO	1		1	

AREA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	META ANUAL	METAS POR TRIMESTRE		
					MI: Ene-Mar	MII: Abr-Ago	MIII: Set-Dic
ASESORIA LEGAL	Cliente	Elaborar criterios legales de fácil comprensión e implementación, de forma tal que la organización pueda tomar decisiones rápidas y acertadas.	Capacitación	Satisfacción del cliente 85%			85%
		Continuar ofreciendo un trato educado, respetuoso y eficiente para todos los clientes de la Dirección de Asesoría	Divulgación	Proyecto de implementación 100%	30%	30%	40%
		Accesibilidad de criterios	Implementación del sistema en 100%	30%	30%	40%	
		Eliminar todos los obstáculos innecesarios en los trámites y procesos institucionales, a fin de lograr que los flujos de trabajo sean más sencillos, eficientes y claros.	Simplificación de normativa interna	Proyecto de revisión de 85%		85%	
		Simplificación de normativa en regímenes especiales	Proyecto de revisión e implementación de un 80% de las oportunidades			80%	
	Interno	Interpretar las normas de forma tal que se alcancen los objetivos institucionales, en beneficio del sector comercio exterior.	Consultas y tramites internos	Cantidad de consultas ingresadas/ cantidad de consultas concluidas			
			Seguimiento de procesos judiciales				
		Contratos y convenios interinstitucionales	Cumplimiento del plazo de 5 días para la revisión y elaboración de contratos y convenios	100%	100%	100%	
		Velar porque el régimen jurídico se interprete y aplique en la forma que se garantice mejor el desarrollo del comercio exterior de la República, en armonía con la realidad socioeconómica imperante al interpretarse la norma y los otros intereses públicos, a la luz de los fines y objetivos de PROCOMER	Atención de consultas	Satisfacción del cliente 85%	88%		88%
	Colaborar con la trazabilidad de los temas críticos para la organización y elaborar propuestas de acción para lograr la satisfacción oportuna del interés público e institucional.	Capacitación	100%	50,00%	50,00%		
	Personal	Actuar en forma clara, respetuosa, apegada a los valores institucionales y siempre con la finalidad de ofrecer un excelente servicios a todos los clientes de la Dirección de Asesoría Legal.					
		Continuar con las actividades de la Dirección de Asesoría Legal dentro de un marco de transparencia, honestidad, integridad y creatividad, encaminado a cumplir dignamente con las metas de la organización, en beneficio de los clientes de PROCOMER					
Mantener e incrementar el grado de compromiso con la organización, sus objetivos y metas, en beneficio de los clientes de la Dirección de Asesoría Legal.		Programas de actualización	1 para cada funcionario	2,00%	2,00%	2,00%	

AREA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	META ANUAL	METAS POR TRIMESTRE		
					MI: Ene-Mar	MII: Abr-Ago	MIII: Set-Dic
ENCADENAMIENTOS PARA LA EXPORTACION	Cliente	Mejoraremos el nivel de satisfacción de los clientes por medio de un aumento sostenido en la Efectividad de nuestras interacciones	Satisfacción del cliente	95% satisfacción de clientes	95%	95%	95%
		Incrementaremos la Confiability en los clientes y suplidores, lo cual se reflejará en los montos de encadenamientos generados	Monto de negocios	US\$9,000,000 en monto de negocios desarrollados	\$2.500.000,00	\$4.000.000,00	\$2.500.000,00
		Aumentaremos nuestra Eficiencia de cara al cliente, gracias a una adecuada coordinación institucional y al control oportuno de nuestras actividades	Desarrollo de Open Houses en empresas multinacionales y grandes exportadores	4 Open Houses	1	2	1
	Proceso Interno	Desarrollaremos a los suplidores nacionales, por medio del apoyo de instituciones relacionadas, para incorporarlas a las cadenas globales de valor	Proyectos en suplidores	10 Proyectos de desarrollo	0	4	6
		Ampliaremos nuestra Disponibilidad a los empresarios por medio de herramientas tecnológicas	Sistema de Información de Proveedores Online	300 suplidores registrados	50	100	150
		Demostraremos nuestra Objetividad a través de un transparente proceso de evaluación y clasificación de los suplidores nacionales	Diseñar un diagnóstico industrial e Implementar un escalafón de suplidores con base en la evaluación obtenida por este	100% del diseño del diagnóstico y su escalafón	50%	100%	100%
	Aprendizaje	Profundizaremos el Conocimiento de la oferta nacional por medio de mapeos y planes de capacitación específicos a nuestros colaboradores	Aplicación de diagnósticos a suplidores locales	20 diagnósticos a empresarios locales	10	6	4
		Resguardaremos el nivel de Confidencialidad exigido por nuestros clientes en cada uno de los proyectos que nos confíen	Pasantías en clientes estratégicos	12 pasantías en las instalaciones de los clientes	4	4	4

AREA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	META ANUAL	METAS POR TRIMESTRE			
					MI: Ene-Mar	MII: Abr-Ago	MIII: Set-Dic	
GERENCIA ADMINISTRATIVA FINANCIERA	Cliente	Revisar y modificar los procedimientos y Reglamentos para lograr más eficiencia en los procesos que realizan las diferentes áreas	Revisión Reglamentos y Procedimientos para buscar opciones de mejora.	3 Reglamentos y 3 Procedimientos	35%	35%	30%	
			Realizar contrataciones a proveedores nacionales mediante el sistema electrónico de compras	Al menos un 30% de las Contrataciones Directas de Escasa Cuantía, de las Contrataciones Abreviadas y de las Contrataciones Generales.		50%	50%	
			Identificar y estandarizar procesos de contratación recurrentes	Lograr contrataciones en 3 tipos de contrataciones: muestras-Hoteles-organización		100%		
			Ree-definición del Sistema de trámites de movimientos y Ajustes Presupuestarios Internos	Sistema mejorado		100%		
		Ofrecer oportunamente los servicios	Lograr el paso de las oficinas con el menor impacto negativo en cuanto a funcionalidad	1-Lograr que cada funcionario esté ubicado en su oficina con los documentos de su archivo. 2-Lograr funcionamiento efectivo de sistema de comunicación. 3- Lograr funcionamiento adecuado de las salas de reunión, 4-Lograr el funcionamiento adecuado del comedor, 5-Lograr funcionamiento de salas de Juntas y de Eventos,6- Lograr adecuado funcionamiento de aires acondicionados;6- Lograr la instalación apropiada de las alfombras y luminarias, 7- Lograr la fluidez requerida en las operatividad de la organización, 8-Atender y cumplir adecuadamente con toda la normativa de seguridad ocupacional.	100%			
			Lograr implementar un sistema electrónico automatizado de alertas de vencimientos de contratos de carácter administrativo.	Lograr una previsión 100%		100%		
			Obtener observaciones de Auditoría Interna sin errores de registro.	100% libre de errores	100%	100%	100%	
		Mejorar los sistemas de control en los procesos para dar más seguridad en la información y en la ejecución de las transacciones	Mantener el equilibrio financiero de Procomer	Elaboración de flujos semanales	100%	100%	100%	
			Obtener una opinión externa limpia, acerca de la razonabilidad de los estados financieros emitidos por el Departamento de Contabilidad de la institución.	Opinión "limpia" sobre estados financieros	100%			
			Conocer el funcionamiento de las diferentes áreas para lograr dar un servicio más adecuado a las necesidades	Mediante pasantías, conocer las labores de otras áreas para que así se mejoren los servicios que se ofrecen al resto de los departamentos	5 pasantías internas		300%	200%
		Interno	Capacitar al personal administrativo en los diferentes procesos internos para que de manera proactiva y efectiva apoye a los departamentos que requieran los servicios de GAF	Que cada áreas de Procomer conozca sobre control interno y administración de riesgo y proceso Contratación	2 Capacitaciones en contratación y 2 sobre procesos administrativos		200%	200%
				Lograr el conocimiento adecuado del personal de los diferentes Reglamentos y Procedimientos	2 Capacitaciones a todas las áreas		100%	100%
	Dar el seguimiento y apoyo requerido a las diferentes áreas en cuanto al cumplimiento de los requisitos y cumplimiento de obligaciones legales y procedimentales		Lograr que cada área complete la matriz en cuanto al riesgo y administración del mismo, específicamente sobre el SEVRI	2 Capacitaciones a todas las áreas		100%	100%	
			Informes anuales sobre el SEVRI	3 informes	100%	100%	100%	
			Que la Comisión de Control Interno posea el conocimiento sobre los resultados de las evaluaciones	3 reuniones de coordinación	100%	100%	100%	
			Cumplir tiempo de respuesta a la Auditoría Interna en plazo	Plaza 10 días	100%	100%	100%	
			Generar más conciencia sobre el control en todo el personal y buscar oportunidades de mejora, mediante un diagnóstico.	Elaboración de cuestionario	100%			
			Completar el cuestionario de autoevaluación Control Interno en todas la áreas	Elaboración de cuestionario			100%	
	Personal	Evitar la devolución de trámites	Evitar que se devuelvan trámites por desconocimiento de Reglamentos	95% de cumplimiento	95%	95%	95%	

AREA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	META ANUAL	METAS POR TRIMESTRE		
					MI: Ene-Mar	MII: Abr-Ago	MIII: Set-Dic
GESTION HUMANA	Cliente	Tiempo de respuesta	Mejorar la satisfacción en tiempo de respuestar a las solicitudes realizadas por los clientes internos	85%			85%
		Satisfacción de cliente	Mejorar la calidad de servicios en procesos de selección	95%	90%	90%	90%
			Medir la calidad de los servicios brindados por el departamento	86%			85%
		Equidad	Asegurar la equidad interna en la aplicación de las Políticas por medio de encuesta	80%	80%	80%	80%
	Interno	Gestión de beneficios	Implementar y/o mejorar al menos dos beneficios de impacto general con base en un estudio de mercado	2			2
		Gestión de talento	Garantizar la calidad de las capacitaciones	85%	85%	85%	85%
			Cumplir con el plan de capacitación establecido para el año	90%	90%	90%	90%
			Rotación	14%	4,66%	4,66%	4,66%
		Desarrollo de Gestión por Competencias	Cumplir con las tres etapas del programa: Definir Modelo-Desarrollo de Cronograma-Implemetación por procesos	100%	33,30%	33,30%	33,30%
		Gestión de la Cultura Organizacional	Realizar diagnóstico de Clima organizacional	85%			85%
		Acompañamiento	Realizar sesiones de refrescamientos en Políticas y Procedimientos internos	2		1	1
	Personal	Involucramiento	Evaluar la percepción del cliente interno en cuanto a la entrega y compromiso mostrado por el equipo de GH	90%			90%

AREA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	META ANUAL	METAS POR TRIMESTRE		
					MI: Ene-Mar	MII: Abr-Ago	MIII: Set-Dic
INTELIGENCIA COMERCIAL	Cliente	Centro de Asesoría para el Comercio Exterior	Seguimiento a los clientes que utilizan el servicio del test	Contactar, ofrecer y dar seguimiento al 100% de los clientes que expresan su deseo de que PROCOMER les contacte.	100%	100%	100%
			Nivel de satisfacción del cliente en atención de consultas	90%	90%	90%	
		Investigación de Mercados	Aplicación de evaluación de utilidad de los estudios de mercado mediante cuestionario.	Nivel de satisfacción del 90% en estudios evaluados.	90%	90%	90%
			Nivel de satisfacción del 90% en las alertas comerciales	90%	90%	90%	
		Capacitación	Nivel de satisfacción del cliente en las capacitaciones recibidas	90%	90%	90%	
		Unidad de Logística	Nivel de satisfacción del cliente en charlas, asesorías, talleres, y visitas a las empresas.	90%	90%	90%	
	Información	Investigación de Mercados	Cantidad de investigaciones realizadas	20			
		Unidad de Logística	Creación de la versión 2.0 del Sistema Integrado de Logística	100%	10%	45%	45%
		Centro de Asesoría para el Comercio Exterior	Existencia de un mecanismo de sistematización y recopilación de la información generada para la atención de consultas, así como de preservación del conocimiento	100%	20%	100%	
	Interna	Capacitación	Creación de la Unidad de Comunicación con estándares para toda la Institución	100%	100%	0	0

AREA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	META ANUAL	METAS POR TRIMESTRE			
					MI: Ene-Mar	MII: Abr-Ago	MIII: Set-Dic	
PROMOCION COMERCIAL	Personal	Seguimiento	Nuevas exportaciones (al mercado, producto de la participación en asesorías de PROCOMER).	US\$59.6 millones de negocios	U\$5 millones de nuevos negocios.	US\$33 millones en nuevos negocios.	US\$59.6 nuevos negocios.	
			Mantenimiento de las exportaciones.	US\$85 millones de mantenimiento.	\$30 millones de mantenimiento.	U\$60 millones de mantenimiento.	US\$85 millones de mantenimiento.	
		Eficacia	Satisfacción del cliente	92%				
	Servicios	Mentoría (guía al proceso de exportación).	Nuevos clientes	215	80	145	215	
			Nuevos exportadores basados en clientes habituales de periodos anteriores.	17 empresas Pymes	2	9	17	
			# Empresas internacionalizadas (clientes nuevos que exportan gracias a PROCOMER, pero que no son	31 empresas Pymes internacionalizadas	5	15	31	
	Cliente	Aporta Valor - Oficinas Regionales (Planes de Desarrollo Regional)	Proyectos de Desarrollo	Acompañamiento y desarrollo de empresas en las regiones.	15 empresas	5	5	5
			AÑO 1: Empresas capacitadas en modificación de empaques, procesos, innovación, diferenciación (valor agregado).	50 de empresas capacitadas.		50		
			AÑO 2: Nuevos productos exportados (transformados).	5 de productos novedosos o diferenciados que han sido internacionalizados (valor agregado).			5	

AREA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	META ANUAL	METAS POR TRIMESTRE		
					MI: Ene-Mar	MII: Abr-Ago	MIII: Set-Dic
MARCA PAIS	Cliente: Público Nacional e Internacional (Población General, Líderes de Opinión, Compradores Internacionales, Exportadores Nacionales)	Generar Awareness e iniciar el proceso de adopción de la marca país en la Población General	Lanzamiento de una campaña que incluya medios masivos (30%) y digitales (60%) y eventos (10%)	si/no	0%	90%	100%
		Generar Awareness, Conocimiento y empezar el proceso de adopción de la marca país entre las empresas y personas líderes de opinión	Campaña de Sensibilización hacia Sectores más relevantes	5 sectores	0,9	1	1
			Contratos con empresas para el uso de la marca país y/o patrocinios	6 empresas grandes 18 empresas medianas 30 empresas pequeñas	30%	70%	100%
		Generación de consciencia de la marca y sus valores a nivel internacional	Marca País en al menos un material de comunicación de las embajadas y OPC's	8 OPC's 10 embajadas	0%	50%	50%
	Lograr la Adopción de Marca de Sectores Estratégicos	Libro sobre el Sector Alimentario Gourmet de alta calidad comunicando los beneficios y cualidades	1 libro diseñado	0%	50%	100%	
	Procesos Internos: Normativas, Activos de marca	Crear manuales y lineamientos para el correcto uso y funcionamiento de la marca	Normativas de la marca país.	1 Manual de Tonos y Maneras (mensajes claves por sector) (30%)	30%	100%	100%
				1 Manual para la entrega de licencias de uso (40%)			
				1 Libro de Marca (30%)			
		Documentos estratégicos de lineamientos de comunicación	1 Documento estratégico de manejo de periodistas internacionales (20%) 1 Plan para la creación constante de contenido periodístico sobre la marca país (30%) 1 Documento estratégicos de lineamientos y parámetros para el manejo de comunicación en ferias y misiones (50%)	20%	70%	100%	
		Construir el brand equity de la marca a través de activos que enriquecen su ejecución	Stock fotográfico de alta calidad para la marca incluyendo productos, servicios, infraestructura y actitudes que contienen los atributos y valores de la MPCR	50 fotografías	10%	60%	100%
	Logo auditivo para la marca que identifique a la marca con sonidos y música.		Si/No	10%	30%	100%	
	Adecuaciones a las capacitaciones a los empresarios portadores de la marca país		Nuevos programas para 2 capacitaciones, posiblemente: -Creando Exportadores -LADE	20%	60%	100%	
	Personal	Generar consciencia y lealtad hacia la marca y sus valores entre los empleados de PROCOMER y COMEX	Reunión de sensibilización del personal de Procomer y Comex sobre la marca y sus valores	si/no	100%	100%	100%
			Lanzar una campaña interna para PROCOMER y COMEX	si/no	0%	100%	100%

AREA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	META ANUAL	METAS POR TRIMESTRE		
					MI: Ene-Mar	MII: Abr-Ago	MIII: Set-Dic
REGIMENES ESPECIALES	Cliente	Eficiencia	Nivel de satisfacción al cliente de Regímenes Especiales	Alcanzar un 95% en la medición de la satisfacción al cliente			95%
			Cantidad de capacitaciones realizadas Plan de Formación	Realizar 1 capacitación sobre informes anuales	1	2	1
				Realizar 1 capacitación auditorías			
				Realizar 2 módulos de capacitaciones sobre generalidades y procedimientos Zona Franca			
			Cantidad de manuales de usuario sobre las modalidades de DUAS según uso del sistema Sadazf-tica	3 manuales:	1	1	1
		1 exportación					
		1 movilizaciones					
		Nivel de utilidad de los contenidos de las capacitaciones para las empresas de ZF	Alcanzar un 95% en la medición de la utilidad percibida por los clientes en cada trimestre	95%	95%	95%	
		Puntualidad	Cantidad de visitas de medición de área industrial realizadas	Medir techo industrial de 120 empresas	40	50	30
			Cantidad de auditorías realizadas	Realizar en el año 223 auditorías, sean éstas de cumplimiento y/o de seguimiento	63	80	80
	Cantidad de visitas a empresas de P.A y las empresas de zona franca de recién ingreso		Visitar (#) de empresas activas de P.A	33,33%	33,33%	33,33%	
			Visitar las empresas de recién ingreso de Zona Franca, y las que ingresaron en el año 2012				
	Medios	Sistematización	Cantidad de tramites y tareas incluidos dentro del SGT	1. Analizar que labores realizan los funcionarios y no están dentro del sistema de trámites 2. Incluir el 100% de gestiones dentro del sistema como resultado del análisis anterior			100%
			Porcentaje de trámites atendidos dentro de los plazos establecidos en el sistema de gestión de trámites (SGT)	Gestionar el 97% de los trámites presentados dentro de los plazos contenidos en el SGT	97%	97%	97%
			Cantidad de guías en línea(camtasia) sobre trámites incluidas en la página Web	3 guías en línea (camtasia):		1	2
				1. ingreso zona francas procesadora			
				2. ingreso zona francas categoria f			
			Estandarización del los archivos electronicos de la gerencia	Crear un Manual de Archivo para la Gerencia, donde cada funcionario sepa la manera estandarizada para guardar cada archivo			1
	Servicios	Coordinación interinstitucional	Reuniones de coordinación interinstitucional	Realizar reuniones bimensuales con las diferentes áreas de la DGA	2	2	2
	Personal	Profesionalismo	Evaluar si el personal realmente esta capacitado para cumplir con las labores de puesto, para efectos de definir sus debilidades y reforzarlas	Evaluaciones cuatrimestrales sobre la temática de cada área, iniciando por una unidad	1	1	1
		Responsabilidad					
		Compromiso	Cantidad de pasantías internas en puestos claves o donde se identifiquen debilidades en el servicio al cliente	1 pasantías por cuatrimestre	1	1	1
		Exactitud	Cantidad de tramites devueltos en las solicitudes de ingresos al Régimen de Zonas Francas	Revisar el 100% de las boletas de devolución de los ingresos de zona franca	100%	100%	100%

AREA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	META ANUAL	METAS POR TRIMESTRE				
					MI: Ene-Mar	MII: Abr-Ago	MIII: Set-Dic		
TECNOLOGIAS DE INFORMACION	Cliente	Accesibilidad y transparencia	Cantidad de proyectos de Open Data	1 proyecto Procomer Open Data publicado en la web de procomer (ej. http://data.gov.uk)			1		
		Prestación de Servicios Integrados	Cantidad de procesos implementados	45 procesos de Sivuice v2	15	15	15		
				25 procesos de "Cero Papel" para Regímenes Especiales					
	Servicios	Aprovisionamiento de Servicios para sector exportador			5	10	10		
		Aplicaciones del núcleo Institucional	Cantidad de procesos de integración ERP/CRM implementados	7 procesos de tramite "Cero Papel" internos	3	2	2		
				23 procesos documentales "Cero Papel" internos					
					7	7	9		
		Datos/Redes e Infraestructura	aprovisionamiento de servicio de inteligencia de negocios		1 plataforma de Inteligencia de Negocios aprovisionada		1		
					1 proyecto de Inteligencia de Negocios implementado			1	
			bus de servicios de interoperabilidad	% disponibilidad SLA		5 nuevos Web Services incorporados al bus de interoperabilidad	2	2	1
						99.9% Internet	99,90%	99,90%	99,90%
						99.9% email	99,90%	99,90%	99,90%
						99.9% SharePoint	99,90%	99,90%	99,90%
	99.9% sistemas legado					99,90%	99,90%	99,90%	
	Traslado de Infraestructura al Edificio Nuevo	100,00%							
	Aumentar ancho de banda en VUCEs regionales de ADSL a enlace por radio frecuencia o fibra a 2 MB		5						
	Interno	Satisfacción Usuarios		90% de las solicitudes atendidas en el tiempo establecido	90%	90%	90%		
				31 equipos instalados y configurados	31				
				Medición de la satisfacción de los usuarios	encuesta cuatrimestral	1	1	1	
		Instauración de Estándares		1	1				
		Alineamiento con Imperativos Estratégicos PROCOMER	Cantidad de Marcos (frameworks) de la industria implementados	Instauracion de 2 capacidades (Q&A + SCRUM) de SDLC (Software Development Life-cycle)					

AREA	PERSPECTIVA	OBJETIVO ESTRATEGICO	INDICADOR DE CUMPLIMIENTO	META ANUAL	METAS POR TRIMESTRE		
					MI: Ene-Mar	MII: Abr-Ago	MIII: Set-Dic
VENTANILLA UNICA DE COMERCIO EXTERIOR	Cliente	Eficiencia: Lograr procesos ágiles y simplificados	Liberación de campaña de posicionamiento de servicios y SIVUCE 2.0	Liberación de la Campaña			100%
			Cantidad de visitas de asesoría a empresas y evaluación de satisfacción al cliente.	30 visitas anuales	10	10	10
			Ejecutar las capacitaciones solicitadas, cumpliendo con el estándar de servicio	1. 200 personas capacitadas 95% de satisfacción	1. 50 2100%	1. 50 2100%	1. 50 2100%
			Cantidad de Monitoreo y generación de comunicados al empresario, referentes a cambios en procesos del comercio exterior	20 envíos y/o comunicados		100%	100%
	Procesos internos	Criterios Uniformes: Creación de tips y manuales, para la realización de las autorizaciones de los trámites Procesos amigables: Cumplir con lo establecido dentro del sistema de Gestión de Calidad, y la trazabilidad por medio del SIVUCE 2.0 Seguimiento: Dar seguimiento a las necesidades de las empresas, en especial de la Pymes y Mipymes	Implementación de sistema de administración del conocimiento (FAQ)	100% implementado y publicado		100%	
			Puesta en marcha de SIVUCE 2.0	100% de procesos liberados			100%
			Proyecto cartera de clientes	1. Empresas nuevas: se remite correo con brochure de VUCE, una semana posterior al brochure institucional. 2. Empresas con exportaciones inferiores a \$12.000 anual: En el mes de enero, se enviará brochure de VUCE	100%	100%	100%
			1. Brindar el servicio según el plazo establecido, en al menos un 90% de los casos	1. Servicio brindado en un plazo igual o inferior a 2 horas 30 minutos en VUCE Central y Limón y de 1 hora 30 minutos en VUCE Aeropuerto.	100%	100%	100%
			Cantidad de Focus groups	3 focus groups	1	1	1
	Personal	Proactividad: Generar valor agregado al sector comercio exterior, manteniéndolos actualizados y recibiendo retroalimentación de los mismos.	Capacitación externa e interna para funcionarios de VUCE (agencias Aduanales, Navieras, Hacienda, autoridades portuarias, etc)	Recibir 4 capacitaciones	1	2	1