

4°N 72°O

RESUMEN EJECUTIVO
INFORME DE GESTIÓN ANUAL
SERVICIOS POSTALES NACIONALES S.A.
VIGENCIA 2014



Entregando lo mejor de
los colombianos

Introducción

Desde que asumí el cargo como Presidenta del Operador Postal Oficial de Colombia a finales del año 2012, pusimos en marcha una estrategia orientada a que los procesos y procedimientos cumplieran con los estándares exigidos, orientada a demostrar que la compañía es una empresa rentable y con gran potencial de crecimiento. El 2013, fue un año de cambios al interior de nuestros procesos, optimizamos procedimientos y realizamos un seguimiento y control constante a la ejecución de la estrategia.

Para el 2014 se planeó como estrategia mejorar la eficiencia operativa y el servicio al cliente, buscando principalmente mejorar los tiempos de entrega y la satisfacción del cliente en su nivel más alto, a continuación se presentan los resultados obtenidos.

1. Resultados de Operaciones

Los esfuerzos realizados durante el 2014, se enfocaron en el mejoramiento de los subprocesos, con el fin de optimizar los tiempos de tratamiento y por ende un cumplimiento en los tiempos de entrega, impactando directamente la satisfacción del cliente.

Se demuestra una mejora en los tiempos de entrega comparado con el año 2013, aumento **21 puntos** porcentuales en el cumplimiento de los tiempos de entrega del 72% en el 2013 al **93%** a cierre del año 2014. Así mismo, En el año 2014 el Volumen de Piezas distribuidas logró un crecimiento del **15%** en comparación con la vigencia anterior.

En términos operacionales mejoramos la eficiencia operativa, aumentamos el volumen de envíos y optimizamos el personal, logrando incrementar el número de piezas por empleado en un **21%** en comparación con la vigencia 2013.

Principales Logros Alcanzados

- ▶▶▶ Fortalecimiento del área de servicios especiales en cuanto a seguimiento del servicio con informes al cliente, entregas a tiempo y la elaboración e implementación del procedimiento de servicios especiales en nuestro sistema de calidad.
- ▶▶▶ Se optimizaron las rutas y trayectos a nivel nacional dentro de la matriz de destinos.
- ▶▶▶ Traslado de la Unidad de logística Internacional a la terminal de carga del Aeropuerto el Dorado, para la conformación de la Alianza Estratégica con Red Serví. También se implementó una mejora al proceso de la UPAD (Unidad de Procesamiento Aduanero), reduciendo tiempos de procesamiento en la apertura, en la etapa de reacondicionamiento y distribución de los envíos.
- ▶▶▶ Fortalecimiento del indicador EMS (Express Mail Service) el cual generó un reconocimiento por parte del Secretario General de la UPAEP por el mejoramiento en los tiempos establecidos por la Cooperativa EMS.

Implementación Proyecto Automatización:

- ▶▶▶ Montaje del Centro Operativo Regional Bogotá: se realizó la obra civil de reestructuración del primer nivel y mezanines de oficinas, también la modernización tecnológica por medio del montaje de una Maquina Clasificadora de Paquetes y una Maquina Clasificadora de Documentos, las cuales optimizarán la operación de descargue, utilizando la captura métrica de los paquetes, Lectura por medio de código de barras para la rápida clasificación de los envíos. Mejorando la eficiencia operativa y reducción de tiempos en la operación.
- ▶▶▶ Montaje de sistema Put To Light (PTL) en Centro Operativo Regional Occidente.
- ▶▶▶ Adquisición de elementos de estructura operativa para la operación a nivel nacional, como impresoras, contenedores, montacargas, estibas, carros contenedores, racks, entre otros.
- ▶▶▶ Consolidación de equipo de trabajo de proyectos de operaciones implementando la metodología de PMI.

2. Resultados Servicio al Cliente

Durante el año 2014 se llevaron a cabo diferentes estrategias que permitieron el cumplimiento de los objetivos planteados en la vigencia.

- ▶▶▶ **Mediciones de la Satisfacción de la Calidad del Servicio ofrecido por 4-72:** se realizaron 1.757 encuestas en los puntos de venta a nivel nacional, obteniendo una mejora de **33%** en la calificación general del servicio recibido por los clientes naturales y corporativos, pasando de 3,2 al **4,25** en una escala de 1 a 5 puntos.
- ▶▶▶ **Atención Personas Naturales en Puntos de Atención al Usuario:** se atendieron a **123.296** personas, aumentado la gestión en un 45% con respecto al año anterior. De las cuales el 96% se les resolvió de manera inmediata y tan solo el 4% se formalizó como reclamo mediante la asignación del CUN.
- ▶▶▶ **Mejoramiento de la Gestión de las PQRs:** se implementó la Aplicación PQR-CUN V 2.0, con el propósito de implementar mecanismos que permitan llevar un control y seguimiento en la gestión de las PQRs. En el año 2014 se recibió un total de 369.900 PQRs, presentando una disminución del **12%** respecto al año 2013, para el año 2014 el Indicador de oportunidad en las Respuestas de PQRs fue del 89%.
- ▶▶▶ **CALL CENTER:** se lideraron dos proyectos de inversión; La consecución de la plataforma de Contact Center y el CRM de la entidad. Los cuales permitieron mejorar el nivel de atención a los usuarios:
 1. **CRM:** El 29 de septiembre comenzó en producción la utilización del CRM en 3 áreas: Call Center, Servicio al Cliente y PQR, a su vez se adquirieron 140 licencias que se encuentran en funcionamiento.
 2. **Contact Center:** El 29 de noviembre, se comenzó la articulación del Call Center con las nuevas herramientas de Contact Center como, IVR, Reporteador, Grabadoras y marcadores predictivos.

3. Resultados Financieros

Bajo los lineamientos del plan estratégico de la compañía, en el año 2014 se fijó el propósito de reinvertir los recursos generados para incrementar la capacidad de planta instalada, optimización de tiempos y de operación de la red logística que nos permite ser más competitivos en el mercado y así ganar participación en el mismo, por lo cual en el 2014 el rubro de inversión fue de **\$27.808 millones**, frente a la inversión del 2012 que fue de \$4.100 millones y de \$13.372 millones del 2013.

Las metas planteadas para la vigencia 2014 se cumplieron gracias a la estrategia de diversificación del portafolio y a la red con capilaridad más amplia del país obteniendo ingresos de **\$272.864** frente a \$239.340 del 2013.

La utilidad operacional a diciembre de 2014 fue de **\$16.160 millones**, frente al año 2012 se incrementó en un 162%, en comparación con el año 2013 se presentó una disminución del 48%, esta variación se ve impactada principalmente por los siguientes factores:

- ▶▶▶ Amortización Concesión OPO: \$ 2.318 Millones
- ▶▶▶ Nuevas regulaciones tributarias (Impuesto CREE). \$5.000 Millones
- ▶▶▶ Habilitación directa ante el MINTIC de operadores de servicios postales de pagos, al perderse la exclusividad sobre la explotación de este servicio. \$ 5.352 Millones.
- ▶▶▶ Cobro de \$ 46.369 Millones para otorgar la prorroga a la Concesión de Operador Postal Oficial, situación que históricamente no se había dado.

El efecto de los anteriores factores elementos asciende a \$ 12.670 Millones los cuales bajo las Proyecciones y metas establecidas para el 2014 no se encontraban programadas.

La utilidad neta a 31 de diciembre del año 2014 fue de **\$10.582 millones**, dados los efectos señalados anteriormente que incidieron directamente con la disminución de la Utilidad Neta. Las acciones que permitieron obtener estos resultados fueron principalmente:

- ▶▶▶ Mejoramiento en las políticas de Facturación y Cartera de 4-72 con el fin de garantizar la facturación y recaudo nacional e internacional.
- ▶▶▶ Análisis financiero para la toma de decisiones de nuevos proyectos, negocios y contratos de la empresa.
- ▶▶▶ Seguimiento a niveles de liquidez de manera diaria
- ▶▶▶ Auditoria de Arqueos a puntos de venta

Mediante resolución 1349 del 20 de junio de 2014, se habilitó a Servicios Postales Nacionales S. A., para la prestación de servicios postal de pago a nivel nacional y en la modalidad exclusivamente de giros nacionales, por el termino de diez (10) años. También se prorrogó el contrato estatal de concesión No. 10 de 2004, celebrado entre el Mintic y Servicios Postales Nacionales S. A., por el término de diez (10) años.

4. Resultados Comerciales

En la vigencia 2014 el área de Mercado Corporativo, trabajó bajo un esquema de venta por segmento de negocios con desarrollo de nuevos productos, definiendo estrategias encaminadas al incremento en los ingresos, que para el cierre del año 2014 alcanzó el **14%** de crecimiento en los ingresos gestionables con respecto a la vigencia anterior.

Las principales estrategias de Mercado Corporativo emprendidas fueron:

- ▶▶▶ Se trabajó bajo el concepto de una fuerza comercial Multiproducto.
- ▶▶▶ Enfoque de la fuerza comercial orientada en nuevos clientes.
- ▶▶▶ Incrementar consumo de productos del portafolio en contratos actuales, venta consultiva por tipo de cliente.
- ▶▶▶ Proyección anual de matriz de generación de contratos.
- ▶▶▶ Participación en licitaciones a nivel nacional: En la vigencia del 2014 se tuvo participación en un total de 27 licitaciones a nivel nacional por un valor de \$104.207.180.

La meta total establecida para el año 2014 fue de \$241.038, se alcanzó un cumplimiento del **96%**, resaltando la participación de los segmentos de gestión documental, paquetería y casillero virtual que con su crecimiento representaron un gran impacto en el resultado final. A continuación se presenta el cumplimiento por cada segmento.

5. Resultados en Posicionamiento de Marca

Durante el año 2014 se realizó una reducción del **31%** en el rubro de inversión, en comparación con la vigencia 2013, de acuerdo al estudio de Tracking de marca se puede concluir que con una inversión menor en publicidad, logramos mantenernos en el mismo nivel de recordación del año 2013, es decir 16 puntos. Concluyendo que fue más efectiva e impactante la actividad publicitaria.

Principales logros:

- ▶▶▶ En el 2014 se desarrolló con gran éxito la Campaña: “Donde hay un colombiano está 4-72”.
- ▶▶▶ Participación activa en eventos y ferias logrando posicionamiento y experiencia de marca, publicidad y promoción de los diferentes segmentos y generación de oportunidades de negocio.
- ▶▶▶ se desarrolló la Alianza con MoneyGram para Giros y se realizó la prueba piloto en 17 PV.
- ▶▶▶ Sr. Pack, se instalaron 8 Lockers en diferentes puntos en Bogotá, al mes de diciembre se recibieron 432 paquetes con éxito.

6. Resultados de Gestión de Planeación Institucional

En la Vigencia se realizó el proceso de formulación de la Planeación Estratégica continuando con el horizonte trazado desde el 2013, divulgada en la Convención Nacional y en todas las áreas. Y se realizó seguimiento mensual en los Comités de Presidencia.

Proyecto de Eficiencia Operativa: se ejecutó el proyecto que consistió en realizar una revisión de los procesos de Operaciones y Servicio al Cliente, con el fin de identificar acciones concretas de mejora, obteniendo resultados como, un mayor control de lo ejecutado por los aliados estratégicos, Reducción en tiempos de entrega en un **30%**, disminución del **60%** de las PQR's y la estandarización del proceso de operaciones, evitando la repetición de ejecución de tareas.

Proyecto Certificación BASC: con alcance Bogotá enfocado en la *Norma BASC V4-2012* y los *Estándares de Operador Logístico*. La auditoría externa fue desarrollada por la Organización Mundial de BASC, en la cual Servicios Postales Nacionales logró la certificación por un año en abril de 2014.

Proyecto Certificación Ambiental: con alcance Bogotá basado en la implementación y el cumplimiento de los requisitos de las normas ISO 14001. La Certificación del Sistema de Gestión Ambiental de Servicios Postales Nacionales S.A. se consigue en el mes de Julio de 2014.

Proyecto Mantenimiento Certificación De Calidad: en el mes de diciembre se obtuvo la recertificación del Sistema de Gestión de calidad, a nivel nacional.

Gestión de Proyectos: Se implementó la metodología para la Gestión de Proyectos con el fin de establecer procedimientos y estandarizar el desarrollo y la ejecución específicamente aquellos llevados a cabo con recursos de inversión. Algunos de los proyectos que se enmarcaron dentro de la nueva estructura metodológica fueron: Automatización Operación Central, Implementación PTL Regional Occidente y Norte, Lockers 4-72, CRM y Contact Center.

7. RETOS 2015

Los resultados positivos en el mejoramiento de la satisfacción al cliente y el cumplimiento en los tiempos de entrega, son un complemento para apalancar el proceso de Automatización de la operación y continuar con la **ruta de cambio estratégico de 4-72**.

En el 2015 el reto es afrontar la **Transformación**.

Se han planteado los siguientes propósitos

- ▶▶▶ Vender, vender y vender
- ▶▶▶ Cumplimiento en tiempos de entrega Correo Certificado y Mensajería Expresa
- ▶▶▶ Atención y satisfacción al cliente
- ▶▶▶ Optimización de costos
- ▶▶▶ Procesos y procedimiento definidos y socializados en toda la Organización

El 2015 se enfoca en lograr metas más altas relacionadas con ingresos y volúmenes de envíos, manteniendo los estándares de calidad y sistemas de mejoramiento continuo que se han implementado, permitiendo afrontar los retos de la industria, siendo más eficientes y mejorando la satisfacción del cliente, para seguir entregando lo mejor de los colombianos.

Adriana María Barragán López
Presidenta
Servicios Postales Nacionales S.A.