

DENOMINACION SOCIAL DE LA ENTIDAD SERPOST S.A.

| SITUACION DEL PLAN ESTRATEGICO | HORIZONTE DEL PLAN ESTRATEGICO | VISION DE LA ENTIDAD |
|---|---|---|
| EN PROCESO DE MODIFICACION <input type="checkbox"/> CULMINADO <input checked="" type="checkbox"/> EN PROCESO DE ELABORACION <input type="checkbox"/> NO CUENTA CON PLAN ESTRATEGICO <input type="checkbox"/> | DE 2005 A 2009 | SER LA OPCIÓN PREFERIDA POR LOS USUARIOS Y RECONOCIDA POR EL MERCADO, COMO LA MEJOR EMPRESA DE SERVICIOS POSTALES EN LATINOAMÉRICA. |
| MISION DE LA ENTIDAD | RESPONDER A LA CONFIANZA DE NUESTROS CLIENTES, GARANTIZANDO QUE SUS ENVÍOS POSTALES SERÁN ENTREGADOS EN EL MENOR TIEMPO Y CON EL CIENTO POR CIENTO DE CERTEZA DE ENTREGA. | |

OBJETIVOS

| 1 DE FORTALECER LA EFICIENCIA DE LA GESTIÓN | OBJETIVO ESPECIFICO DEL PLAN OPERATIVO | INDICADOR | UNID. MED. | Ponderacion | VALORES AÑO 2006 | VALORES AÑO 2007 | | | |
|---|--|---|--------------------------|-------------|------------------|------------------|------------|------------|------------|
| | | | | | | AL I TRIM | AL II TRIM | AL III TRI | AL IV TRIM |
| 1 | Incrementar los Ingresos manteniendo los costos operativos a niveles óptimos | 1 Eficiencia Costo de Venta | Porcentaje | 5 | 77.81 | 84.26 | 81.96 | 86.06 | 85.83 |
| | | 2 Eficiencia Gastos Administrativos | Porcentaje | 5 | 15.61 | 15.54 | 13.92 | 13.97 | 13.69 |
| | | 3 De Ventas - Rentabilidad | Porcentaje | 5 | .18 | - 1.82 | 2.49 | - 1.29 | .29 |
| 2 DE POSICIONAR LA EMPRESA CON MEJORES SERVICIOS Y PRODUCTOS CON MAYOR VALOR AGREGADO | OBJETIVO ESPECIFICO DEL PLAN OPERATIVO | INDICADOR | UNID. MED. | Ponderacion | VALORES AÑO 2006 | VALORES AÑO 2007 | | | |
| | | | | | | AL I TRIM | AL II TRIM | AL III TRI | AL IV TRIM |
| 2 | Ofrecer al mercado nuevos servicios y productos con mayor valor agregado que respondan a los requerimientos globales y a los lineamientos de la Unión Postal Universal | 1 Ventas Pais | Porcentaje | 10 | 103.05 | 92.00 | 94.08 | 100.00 | 100.00 |
| | | 2 Orientación de Ventas Pais hacia el Correo Empresarial y Paquetería | En miles | 10 | 51,837.00 | 11,802.00 | 24,302.00 | 37,257.00 | 52,474.00 |
| 2 | Fortalecer las relaciones con los distintos tipos de clientes de Serpost | INDICADOR | UNID. MED. | Ponderacion | VALORES AÑO 2006 | VALORES AÑO 2007 | | | |
| | | | | | | AL I TRIM | AL II TRIM | AL III TRI | AL IV TRIM |
| 2 | | 1 Nivel de satisfacción | Porcentaje | 5 | 50.00 | 64.00 | 72.50 | 55.00 | 65.00 |
| | | 2 Crecimiento de la cobertura postal con fin social | N° de puntos de atención | 15 | 13,297.00 | 13,523.00 | 13,777.00 | 13,846.00 | 14,037.00 |
| | | 3 Atención de reclamos nacionales dentro de los 16 días hábiles | Porcentaje | 10 | 98.04 | 100.00 | 100.00 | 97.40 | 97.70 |

SERPOST S.A.
ANEXO N. 1
PLAN OPERATIVO 2007
Resumen Ejecutivo

DENOMINACION SOCIAL DE LA ENTIDAD SERPOST S.A.

OBJETIVOS

| 3 | DE DESARROLLAR LA CALIDAD DEL SERVICIO | OBJETIVO ESPECIFICO DEL PLAN OPERATIVO | INDICADOR | UNID. MED. | Ponderacion | VALORES AÑO 2006 | VALORES AÑO 2007 | | | |
|---|--|--|--|------------|-------------|------------------|------------------|------------|------------|------------|
| | | | | | | | AL I TRIM | AL II TRIM | AL III TRI | AL IV TRIM |
| 1 | | Implementación de estándares de rendimiento para lograr la Optimización de los Procesos Operativos | 1 Nivel de eficiencia del ciclo postal del correo personal a nivel local | Porcentaje | 10 | 72.00 | 76.01 | 75.58 | 73.40 | 74.00 |
| | | | 2 Control de calidad en los plazos de encaminamiento | Porcentaje | 10 | 89.00 | 67.86 | 80.00 | 86.00 | 83.00 |

| 4 | DE DESARROLLAR EL POTENCIAL DEL RECURSO HUMANO | OBJETIVO ESPECIFICO DEL PLAN OPERATIVO | INDICADOR | UNID. MED. | Ponderacion | VALORES AÑO 2006 | VALORES AÑO 2007 | | | |
|---|--|--|--|------------------------------------|-------------|------------------|------------------|------------|------------|------------|
| | | | | | | | AL I TRIM | AL II TRIM | AL III TRI | AL IV TRIM |
| 1 | | Desarrollar una nueva cultura orientada al cliente | 1 Reforzar la cultura la comunicación y el desarrollo del personal | Número de trabajadores capacitados | 5 | 100.00 | 80.00 | 362.00 | 550.00 | 800.00 |
| | | | 2 Contar con personal calificado para contribuir al logro de los demás objetivos | Número de trabajadores capacitados | 10 | 1,252.00 | 99.00 | 486.00 | 816.00 | 933.00 |

PROGRAMA DE PRODUCCION

| PROGRAMA DE PRODUCCION | | | | EN VOLUMEN Y/O UNIDADES FISICAS | | | | | EN NUEVOS SOLES | | | | |
|------------------------|------------------|----------------|--------------------|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|------------|-------------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| BIENES Y/O SERVICIOS | UNIDAD DE MEDIDA | 2005 (REAL) | 2006 (ESTIMADO) | PROGRAMACION 2007 | | | | | PROGRAMACION 2007 | | | | |
| | | | | I TRIM | II TRIM | III TRIM | IV TRIM | ANUAL | I TRIM | II TRIM | III TRIM | IV TRIM | ANUAL |
| 1 Correo Personal | Piezas / Soles | 4,103,731 | 3,558,815 | 797,856 | 822,361 | 808,940 | 837,345 | 3,266,502 | 7,496,284 | 7,594,018 | 9,004,461 | 9,882,967 | 33,977,730 |
| 2 Correo Empresarial | Piezas / Soles | 9,980,744 | 12,615,097 | 2,989,582 | 3,365,212 | 2,855,891 | 3,325,141 | 12,535,826 | 3,318,837 | 3,362,107 | 3,986,552 | 4,375,495 | 15,042,991 |
| 3 Correo Encomiendas | Piezas / Soles | 127,413 | 147,266 | 40,132 | 39,374 | 48,891 | 57,730 | 186,127 | 1,930,146 | 1,955,312 | 2,318,474 | 2,544,671 | 8,748,603 |
| 4 Correo Filatelia | Piezas / Soles | 509,338 | 446,598 | 91,010 | 96,981 | 97,984 | 101,503 | 387,478 | 281,081 | 284,746 | 337,633 | 370,572 | 1,274,032 |
| 5 Servicio Exterior | Piezas / Soles | 5,199,351 | 4,765,367 | 1,128,913 | 1,020,831 | 1,210,817 | 1,782,294 | 5,142,855 | 3,403,905 | 3,448,282 | 4,088,733 | 4,487,644 | 15,428,564 |

PROGRAMA DE VENTAS

| PROGRAMA DE VENTAS | | | | EN VOLUMEN Y/O UNIDADES FISICAS | | | | | EN NUEVOS SOLES | | | | |
|----------------------|------------------|----------------|--------------------|---------------------------------|---------|----------|---------|-------|-------------------|---------|----------|---------|-------|
| BIENES Y/O SERVICIOS | UNIDAD DE MEDIDA | 2005 (REAL) | 2006 (ESTIMADO) | PROGRAMACION 2007 | | | | | PROGRAMACION 2007 | | | | |
| | | | | I TRIM | II TRIM | III TRIM | IV TRIM | ANUAL | I TRIM | II TRIM | III TRIM | IV TRIM | ANUAL |

SERPOST S.A.
ANEXO N. 1
PLAN OPERATIVO 2007
Resumen Ejecutivo

FOIGR016

Fecha Cierre : 17/09/2007

Hora Cierre : 18:02:38

DENOMINACION SOCIAL DE LA ENTIDAD SERPOST S.A.

PROGRAMA DE VENTAS

| BIENES Y/O SERVICIOS | | UNIDAD DE MEDIDA | 2005 (REAL) | 2006 (ESTIMADO) | PROGRAMACION 2007 | | | | | PROGRAMACION 2007 | | | | |
|----------------------|--------------------|------------------|----------------|--------------------|---------------------------------|-----------|-----------|-----------|------------|-------------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| | | | | | EN VOLUMEN Y/O UNIDADES FISICAS | | | | | EN NUEVOS SOLES | | | | |
| | | | | | I TRIM | II TRIM | III TRIM | IV TRIM | ANUAL | I TRIM | II TRIM | III TRIM | IV TRIM | ANUAL |
| 1 | Correo Personal | Piezas / Soles | 4,103,731 | 3,558,815 | 797,856 | 822,361 | 808,940 | 837,345 | 3,266,502 | 7,203,745 | 7,536,829 | 7,255,284 | 8,237,622 | 30,233,480 |
| 2 | Correo Empresarial | Piezas / Soles | 9,980,744 | 12,615,097 | 2,989,582 | 3,365,212 | 2,855,891 | 3,325,141 | 12,535,826 | 2,154,366 | 2,450,613 | 2,140,329 | 2,641,766 | 9,387,074 |
| 3 | Correo Encomiendas | Piezas / Soles | 127,413 | 147,266 | 40,132 | 39,374 | 48,891 | 57,730 | 186,127 | 2,053,240 | 2,088,525 | 3,070,427 | 3,723,562 | 10,935,754 |
| 4 | Correo Filatelia | Piezas / Soles | 509,338 | 446,598 | 91,010 | 96,981 | 97,984 | 101,503 | 387,478 | 293,155 | 310,507 | 368,085 | 481,651 | 1,453,398 |
| 5 | Otras Ventas | Piezas / Soles | | | | | | | | 97,494 | 113,694 | 120,384 | 133,121 | 464,693 |
| 6 | Servicio Exterior | Piezas / Soles | 5,199,351 | 4,765,367 | 1,128,913 | 1,020,831 | 1,210,817 | 1,782,294 | 5,142,855 | 4,301,623 | 5,149,751 | 4,865,765 | 6,217,206 | 20,534,345 |

PROGRAMA DE COMPRA DE INSUMOS

| BIENES Y/O SERVICIOS | | UNIDAD DE MEDIDA | 2005 (REAL) | 2006 (ESTIMADO) | PROGRAMACION 2007 | | | | | PROGRAMACION 2007 | | | | |
|----------------------|--------------|------------------|----------------|--------------------|---------------------------------|---------|-----------|---------|-----------|-------------------|---------|----------|---------|-----------|
| | | | | | EN VOLUMEN Y/O UNIDADES FISICAS | | | | | EN NUEVOS SOLES | | | | |
| | | | | | I TRIM | II TRIM | III TRIM | IV TRIM | ANUAL | I TRIM | II TRIM | III TRIM | IV TRIM | ANUAL |
| 1 | Estampilla | N° de estampilla | 4,375,000 | 4,300,000 | | | 2,620,370 | 945,575 | 3,565,945 | | | 260,736 | 94,088 | 354,824 |
| 2 | Combustibles | Galones | 62,593 | 74,407 | 13,038 | 14,461 | 18,977 | 26,958 | 73,434 | 122,048 | 152,942 | 231,555 | 323,502 | 830,047 |
| 3 | Economatos | Varios | 173,552 | 365,482 | 153,239 | 18,178 | 78,189 | 52,104 | 301,710 | 346,942 | 125,827 | 318,992 | 260,514 | 1,052,275 |
| 4 | Formas | Unidad | 1,358,204 | 228,196 | 8,846 | 5,865 | 10,369 | 13,197 | 38,277 | 65,910 | 24,698 | 133,373 | 158,364 | 382,345 |
| 5 | Lubricantes | Galones | 1,124 | 1,290 | 597 | 398 | 470 | 627 | 2,092 | 13,933 | 7,455 | 13,004 | 17,549 | 51,941 |
| 6 | Repuestos | Varios | | | 728 | 74 | 408 | 597 | 1,807 | 21,940 | 7,503 | 6,081 | 8,956 | 44,480 |
| 7 | Materiales | Varios | | | 39,580 | 14,385 | 29,918 | 42,114 | 125,997 | 84,275 | 37,812 | 54,251 | 31,818 | 208,156 |