

PLAN ESTRATÉGICO - RESULTADOS AL III TRIMESTRE 2008

INDICADORES		FORMA DE CÁLCULO	UNIDAD MEDIDA	META AL III TRIM 2008	RESULTADO AL III TRIM 2008	NIVEL DE CUMPLIMIENTO %
				b	c	c / b
Objetivo Estratégico 1	Fortalecer la eficiencia de la gestión					
Objetivo Operativo 1.1	De Fortalecer la Eficiencia de la Gestión: Incrementar los ingresos manteniendo los costos operativos a niveles óptimos.					
Indicador Operativo A:	Eficiencia Costo de Ventas	Costo Venta /Ventas netas*100	porcentaje	87.36	83.25	100.00%
Indicador Operativo B:	Eficiencia Gastos Administrativos	Gastos administrativos /Ventas Netas*100	porcentaje	13.83	12.89	100.00%
Indicador Operativo C:	Rentabilidad De Ventas	Utilidad Neta /Ventas Netas*100	porcentaje	-2.93	2.80	100.00%
Objetivo Estratégico 2	Posicionar la empresa con mejores servicios y productos con mayor valor agregado					
Objetivo Operativo 2.1	De Posicionar la empresa con mejores servicios y productos con mayor valor agregado: 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.					
Indicador Operativo D:	Ventas País	(Total de Ventas País Ejecutada) / (Total de Venta País Programada) * 100	porcentaje	100.00	101.19	100.00%
Indicador Operativo E:	Orientación de Ventas País hacia el Correo Empresarial	Total de Ventas Correo Empresarial / Total de Venta País * 100	porcentaje	20.29	23.72	100.00%
Indicador Operativo F:	Orientación de Ventas País hacia el Correo de Encomiendas	Total de Ventas Correo Encomiendas / Total de Venta País * 100	porcentaje	21.31	23.78	100.00%
Objetivo Operativo 2.2	De Posicionar la empresa con mejores servicios y productos con mayor valor agregado: Fortalecer las relaciones con los distintos tipos de clientes de Serpost .					
Indicador Operativo G:	Nivel de satisfacción del cliente	Nivel actual /Nivel base	porcentaje	58.00	71.64	100.00%
Indicador Operativo H:	Crecimiento de la cobertura postal con fin social	Número de puntos de atención con fin social al final del año 2008	Nº de puntos de atención	14,570	14,308	98.20%
Indicador Operativo I:	Atención de reclamos nacionales dentro de los 16 días hábiles	(Reclamos de envíos certificados y encomiendas nacionales atendidos en 16 días hábiles) / (Reclamos de envíos certificados y encomiendas) * 100	porcentaje	98.50	97.96	99.45%
Objetivo Estratégico 3	Desarrollar la calidad del servicio					
Objetivo Operativo 3.2	De Desarrollar la Calidad del Servicio: Implementación de estándares de rendimiento para lograr la Optimización de los Procesos Operativos.					
Indicador Operativo J:	Nivel de eficiencia del ciclo postal del correo personal a nivel local	(Número de envíos de la muestra distribuido dentro del plazo D+2 (3 días) / (Total envíos de la muestra) * 100	porcentaje	90.80	90.81	100.00%
Indicador Operativo K:	Control de calidad en los plazos de encaminamiento	Número de despachos nacionales encaminados en los plazos establecidos / número total de despachos encaminados*100	porcentaje	90.00	87.36	97.07%
Objetivo Estratégico 4	Desarrollar el potencial del recurso humano					
Objetivo Operativo 4.1	De Desarrollar el potencial del recurso humano: Desarrollar una nueva cultura orientada al cliente.					
Indicador Operativo L:	Reforzar la cultura, la comunicación y el desarrollo del personal	Número de Trabajadores capacitados en la cultura organizacional	Número de trabajadores capacitados	550	609	100.00%
Objetivo Operativo 4.3	De Desarrollar el potencial del recurso humano: Contar con personal calificado para contribuir al logro de los demás objetivos.					
Indicador Operativo M:	Capacitación del personal a nivel nacional (número de trabajadores capacitados)	Número de trabajadores capacitados en la tarea.	Número de trabajadores capacitados	858	1,633	100.00%
Promedio ponderado de Cumplimiento del Plan Operativo						99.59%