

## MODIFICACIÓN PLAN OPERATIVO 2008 RESUMEN EJECUTIVO

| INDICADORES |              |   |   |             |  |   |                                    |                |            |             |            |        |
|-------------|--------------|---|---|-------------|--|---|------------------------------------|----------------|------------|-------------|------------|--------|
|             | PERSPECTIVAS | OBJETIVO ESTRATÉGICO GENERAL  | OBJETIVOS ESTRATEGICOS ESPECIFICOS  | INDICADORES | FORMULA DE CALCULO   | UNIDAD DE MEDIDA  | VALORES AÑO 2007 (*)               | METAS AÑO 2008 |            |             |            |        |
|             |              |   |   |             |  |   |                                    | AL I TRIM      | AL II TRIM | AL III TRIM | AL IV TRIM |        |
| 1           | FINANZAS     | Fortalecer la eficiencia de la gestión  | - Incrementar los ingresos manteniendo los costos operativos a niveles óptimos.   | 1           | <b>Eficiencia Costo de Venta</b>   | $\text{Costo Venta} / \text{Ventas netas} * 100$  | porcentaje                         | 81.77          | 83.26      | 84.50       | 87.36      | 87.31  |
|             |              |   |   | 2           | <b>Eficiencia Gastos Administrativos</b>   | $\text{Gastos administrativos} / \text{Ventas Netas} * 100$   | porcentaje                         | 13.84          | 14.03      | 13.66       | 13.83      | 13.57  |
|             |              |   |   | 3           | <b>Rentabilidad De Ventas</b>  | $\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas Netas} * 100$  | porcentaje                         | 2.89           | -2.10      | 0.79        | -2.93      | -1.28  |
| 2           | CLIENTES     | 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.<br><br>- Fortalecer las relaciones con los distintos tipos de clientes de Serpost | 1           | <b>Ventas País</b>   | $(\text{Total de Ventas País Ejecutada}) / (\text{Total de Venta País Programada}) * 100$   | porcentaje                         | 98.60          | 92.93      | 100.00      | 100.00     | 100.00 |
|             |              |   |   | 2           | <b>Orientación de Ventas País hacia el Correo Empresarial</b>                          | $\text{Total de Ventas Correo Empresarial} / \text{Total de Venta País} * 100$  | porcentaje                         | 18.56          | 21.50      | 21.36       | 20.29      | 18.75  |
|             |              |   |   | 3           | <b>Orientación de Ventas País hacia el Correo de Encomiendas</b>                       | $\text{Total de Ventas Correo Encomiendas} / \text{Total de Venta País} * 100$  | porcentaje                         | 18.53          | 20.01      | 21.59       | 21.31      | 21.14  |
|             |              |   |   | 1           | <b>Nivel de satisfacción del cliente (***)</b>   | Nivel actual / Nivel base   | porcentaje                         | 72.70          | 70.32      | 56.00       | 58.00      | 60.00  |
|             |              |   |   | 2           | <b>Crecimiento de la cobertura postal con fin social. (**)</b>                         | Número de puntos de atención con fin social al final del año  | Nº de puntos de atención           | 14,019         | 14,122     | 14,366      | 14,570     | 14,776 |
|             |              |   |   | 3           | <b>Atención de reclamos nacionales dentro de los 16 días hábiles.</b>                  | $(\text{Reclamos de envíos certificados y encomiendas nacionales atendidos en 16 días hábiles}) / (\text{Reclamos de envíos certificados y encomiendas}) * 100$ | porcentaje                         | 98.39          | 96.15      | 98.20       | 98.50      | 98.80  |
| 3           | INTERNA      | Desarrollar la calidad del servicio   | - Implementación de estándares de rendimiento para lograr la Optimización de los Procesos Operativos  | 1           | <b>Nivel de eficiencia del ciclo postal del correo personal a nivel local.</b>         | $(\text{Número de envíos de la muestra distribuido dentro del plazo D+2 (3 días)}) / (\text{Total envíos de la muestra}) * 100$                                 | porcentaje                         | 72.04          | 89.08      | 90.50       | 90.80      | 91.10  |
|             |              |   |   | 2           | <b>Control de calidad en los plazos de encaminamiento</b>                              | $\text{Número de despachos nacionales encaminados en los plazos establecidos} / \text{número total de despachos encaminados} * 100$                             | porcentaje                         | 81.59          | 87.07      | 88.80       | 90.00      | 90.00  |
| 4           | PERSONAL     | Desarrollar el potencial del recurso humano                                       | - Desarrollar una nueva cultura orientada al cliente.<br><br>- Contar con personal calificado para contribuir al logro de los demás objetivos.  | 1           | <b>Reforzar la cultura, la comunicación y el desarrollo del personal.</b>              | Número de Trabajadores capacitados en la cultura organizacional   | Número de Trabajadores Capacitados | 927            | 139        | 300         | 550        | 800    |
|             |              |   |   | 1           | <b>Capacitación del personal a nivel nacional (número de trabajadores capacitados)</b> | Número de trabajadores capacitados en la tarea.   | Número de Trabajadores Capacitados | 1,582          | 142        | 408         | 858        | 981    |

(\*) Cierre Anual 2007

(\*\*) El indicador mide el Número de Localidades atendidas con el Servicio de Distribución Postal con fin social.

(\*\*\*) El indicador muestra una disminución debido a la ampliación del universo a ser medido