

# 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	83.15	83.25	88.18
				2	<b>Eficiencia Gastos Administrativos</b>	$\text{Gastos administrativos} / \text{Ventas Netas} * 100$	porcentaje	13.84	14.03	13.32	12.89	13.21
				3	<b>Rentabilidad De Ventas</b>	$\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas Netas} * 100$	porcentaje	2.89	-2.10	3.59	2.80	-2.10
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.	1	<b>Ventas País</b>	$(\text{Total de Ventas País Ejecutada}) / (\text{Total de Venta País Programada}) * 100$	porcentaje	98.60	92.93	99.98	101.19	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	22.35	23.72	22.49
				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	22.48	23.78	23.36
			· Fortalecer las relaciones con los distintos tipos de clientes de Serpost	1	<b>Nivel de satisfacción del cliente (***)</b>	$\text{Nivel actual} / \text{Nivel base}$	porcentaje	72.70	70.32	70.93	71.64	60.00
				2	<b>Crecimiento de la cobertura postal con fin social. (**)</b>	$\text{Número de puntos de atención con fin social al final del año}$	Nº de puntos de atención	14,019	14,122	14,726	14,308	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	97.37	97.96	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	90.56	90.81	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	87.74	87.36	90.00
4	PERSONAL	Desarrollar el potencial del recurso humano	· Desarrollar una nueva cultura orientada al cliente.	1	<b>Reforzar la cultura, la comunicación y el desarrollo del personal.</b>	$\text{Número de Trabajadores capacitados en la cultura organizacional}$	Número de Trabajadores Capacitados	927	139	358	609	800
			· Contar con personal calificado para contribuir al logro de los demás objetivos.	1	<b>Capacitación del personal a nivel nacional (número de trabajadores capacitados)</b>	$\text{Número de trabajadores capacitados en la tarea.}$	Número de Trabajadores Capacitados	1,582	142	559	1,633	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