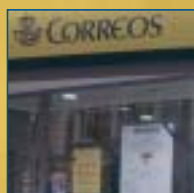


 CORREOS





 CORREOS



División de Oficinas

La División de Oficinas cuenta con 11.559 empleados que desarrollan su actividad en 1.908 establecimientos abiertos al público. Además de ser el principal soporte de atención postal minorista de Correos, su labor se encamina a intensificar la diversificación en productos y servicios de alta demanda y atender mejor los requerimientos de los usuarios mediante el conocimiento de sus necesidades.

Bajo estas premisas, durante 2004 culminó su reorganización, avanzando en la orientación al cliente y la división por líneas de negocio. En el ámbito territorial, se consolidó la segmentación de las oficinas, conforme a criterios comerciales y económicos, tratando de dar respuesta a los distintos niveles de demanda detectados.





Balance general

La División aspira a liderar la distribución multiservicio en España, asegurando niveles de eficiencia y rentabilidad que permitan contribuir positivamente al resultado de Correos.

La oficina postal es actualmente un centro integral en el que el ciudadano puede realizar múltiples gestiones, de forma fácil y rápida, gracias a una variada oferta de productos, tanto propios como de otras empresas con las que Correos mantiene acuerdos para su comercialización.

En sus establecimientos postales, el operador español gestiona el cobro de recibos de entidades como Endesa ó Hidrocantábrico, así como de otros servicios y suministros. De forma similar, tras la firma de un convenio con Telecor, ofrece recarga de móviles de todos los operadores españoles en todas sus oficinas. Además, comercializa productos de telefonía fija o móvil y permite contratar el acceso a Internet y a plataformas digitales de televisión en la red Correos Telecor, red que en 2004 se amplió con la inauguración de 12 nuevas tiendas, por lo que su número actual asciende a 50 en todo el territorio nacional.



En el marco de su acuerdo con Deutsche Bank, si bien aún está lejos de aprovechar toda la potencialidad que tiene en este mercado, Correos continuó prestando en la red de oficinas una amplia gama de servicios bancarios. Todo ello sin olvidar, por último, la comercialización de una variada oferta de productos postales con valores añadidos.

Servicios para inmigrantes

Los puntos Postal Transfer se concibieron inicialmente como canal para prestar servicios globales de comunicación con otros países. El año pasado, con el ánimo de incrementar y mejorar la atención al colectivo de inmigrantes, la compañía comenzó a integrar dichos establecimientos en las oficinas principales de Correos. De ese modo irá extendiendo a su red todos aquellos servicios con una creciente demanda, como la conexión a Internet, locutorios telefónicos y productos financieros específicos, como el envío de dinero.

Paralelamente Correos renovó hasta 2009 su marco de colaboración con Western Union. Con ello se reafirma el liderazgo de las dos compañías en el mercado de las transferencias monetarias en España, garantizando la calidad y aportando seguridad y fiabilidad, con un servicio disponible para el envío de remesas a más de 195 países.

Pensando en aquellos inmigrantes que cubren las demandas estacionales de empleo en diversas zonas, a consecuencia de campañas esencialmente agrícolas, también se ampliaron servicios y horarios en las oficinas del área de influencia, con el fin de que puedan ser atendidos una vez finalizada su jornada de trabajo.





Mejora de la accesibilidad y el servicio

En el contexto de los requerimientos de accesibilidad que conlleva el servicio postal, Correos inició un proyecto de reconfiguración de la red postal, cuyo propósito es que cada ciudadano tenga cerca de su domicilio o trabajo una única oficina de referencia.

El programa arrancó con el estudio de los procesos de admisión y entrega en más de 500 oficinas y sucursales urbanas en Madrid, Barcelona y otras localidades, con el fin de identificar aquellos establecimientos que pudieran ofrecer servicios postales integrales. Cuando este proyecto finalice, más de 20 millones de ciudadanos se beneficiarán de esta mejora del servicio.

En la misma línea, la empresa amplió el número de sus centros de atención al público y reubicó algunos de ellos en áreas de alta demanda, al tiempo que adaptó los horarios de los puntos de atención situados en centros comerciales, polígonos industriales, zonas empresariales y áreas urbanas.

La modernización continua de la red incluyó la instalación de cabinas telefónicas de atención al cliente en 20 oficinas más, siendo ya 55 los establecimientos que disponen de este servicio en las principales ciudades. Estos teléfonos permiten a los clientes informarse gratuitamente sobre los productos y servicios postales y trasladar cualquier incidencia en el servicio.

Otra iniciativa para mejorar la atención al cliente fue la implantación del “Manual de Estilo” en todas las oficinas. Este instrumento recoge las pautas de actuación y de relación de los empleados con los clientes para lograr un trato más personal y especializado, mediante una política de previsión de las necesidades de los usuarios.

Calidad de los procesos y la gestión

La División de Oficinas desarrolló otras actividades para la mejora de sus procesos y operaciones, tales como la implantación de la primera fase del proyecto e.sector para la gestión integral de las oficinas, aplicación informática que posibilita conocer la situación económica y la evolución del negocio de cada una de ellas.

La totalidad de las oficinas pudo además disponer de la herramienta de giro electrónico, que posibilitó informatizar la admisión, clasificación y seguimiento de los giros postales, con el consiguiente incremento de su control, eficacia y agilidad de gestión.

Por último, la empresa realizó estudios de capilaridad mediante Postalmarket, una solución basada en tecnología SIG (Sistema de Información Geográfica), con la que se abordó el dimensionamiento de la red de oficinas en ámbitos urbanos, para adaptarla a las demandas y mejorar la cobertura territorial.

Centro de
Tratamiento
Automatizado
Madrid, Vallecas

