



ACTIVIDADES DEL GRUPO CORREOS

El negocio de Correos y de sus empresas participadas está vinculado a la misión tradicional de la empresa matriz: prestar el servicio postal universal a todos los ciudadanos, en todo el territorio, a unos precios asequibles y en unas condiciones de calidad determinadas.

La creciente competencia, las nuevas demandas de los clientes, las oportunidades de la innovación tecnológica y el proceso de liberalización del mercado postal, han hecho imprescindible ampliar la oferta de servicios y el posicionamiento en otros mercados.

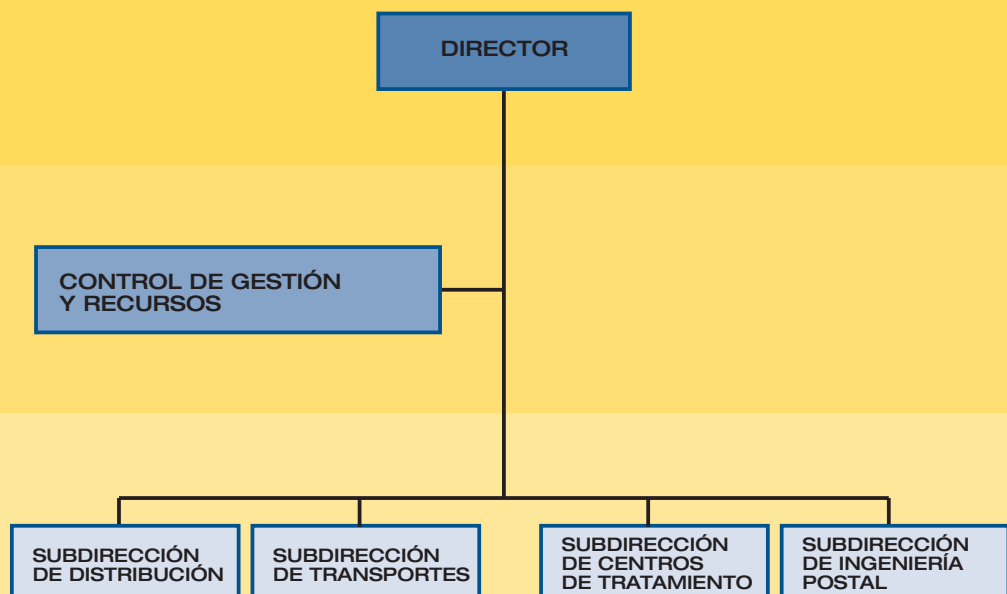
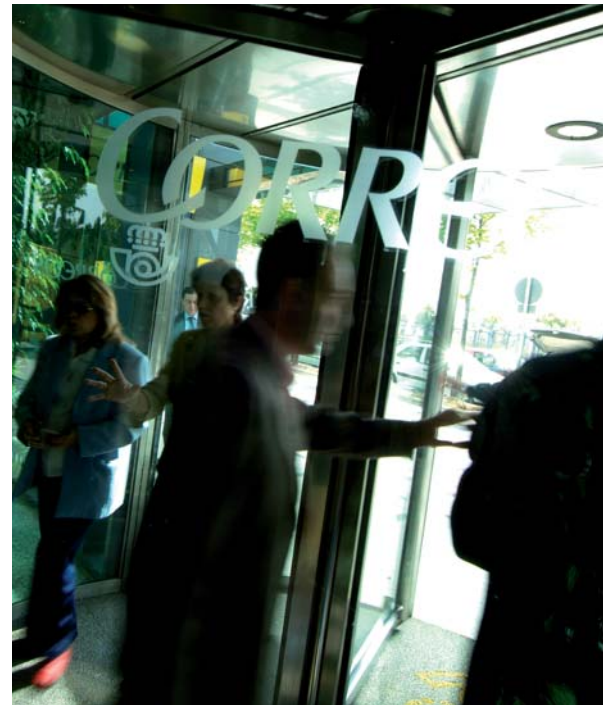
Por ello, Correos ha aplicado una estrategia de diversificación de actividades paralela al establecimiento de una divisionalización interna y a la creación de tres filiales mediante las que está presente en mercados cercanos al sector postal. Con esa actuación, ha ganado la especialización necesaria, no solo para suministrar más y mejores servicios, sino para hacerlo con la flexibilidad y agilidad necesarias para adaptar su oferta a las exigencias de cada segmento.

**DIVISIÓN
DE CORREO**

La División de Correo es la encargada de prestar el servicio postal universal de una forma integral y sostenible en términos de calidad, cobertura y coste. A través del personal de esta División, Correos tiene capacidad de llegar todos los días a todos los hogares y empresas del país para la distribución de los servicios postales, ostentando un claro liderazgo respecto a entregas domiciliarias.

Realiza operaciones que incluyen la recogida, tratamiento, transporte y distribución de toda clase de envíos. Sus actividades se asientan en una apuesta por la modernización tecnológica y la automatización de procesos.

La División cuenta con el mayor número de efectivos del Grupo, 51.528 empleados, de los que 38.167 corresponden al área de distribución, 2.949 a la de transporte y distribución urgente, 6.979 a la de tratamiento postal, perteneciendo los restante a unidades de apoyo. Su trabajo es un factor que redunda en los altos niveles de calidad y en la satisfacción de los clientes.





Balance de 2005

En un contexto de desaceleración de los volúmenes de envíos (Ver apartado de actividad de la Sociedad Estatal), las principales acciones que emprendió la División de Correo estuvieron destinadas a mejorar la calidad y la eficiencia mediante la consolidación del modelo de producción emanado del Plan de Automatización, la integración y optimización de todos los procesos de la cadena logística y la implantación del nuevo sistema de gestión de las unidades de reparto.

Admisión y tratamiento

Correos ha desarrollado un Plan de Automatización cuya aplicación ha conducido a un nuevo modelo de producción, modificando cualitativamente los procesos de clasificación postal. En el marco de dicho Plan, en junio entró en funcionamiento el Centro de Tratamiento Automatizado de Mérida, dotada de dos líneas de tratamiento de correos (una de normalizado y otra de envíos de tamaño folio, o *flat*). De esta forma ya están operativos 15 de los 17 centros proyectados.

Además, en los centros de Barcelona y Oviedo se instalaron nuevas configuraciones de tratamiento automatizado para el correo normalizado, con lo que se amplió la capacidad de procesamiento. Y en los de Santiago, Valladolid, Zaragoza y Granada entraron en funcionamiento cuatro líneas para envíos no normalizados (*flat*), mientras que en Madrid se instalaron nuevos equipos de preclasificación para el correo que se recoge de los buzones.

CENTROS DE TRATAMIENTO AUTOMATIZADO, EN 2005



A resultas de los avances introducidos, el volumen de correspondencia tratada de forma automática se incrementó hasta el 77% del total de envíos de línea básica. El número de secciones que reciben el correo clasificado aumentó hasta 11.848.

Paralelamente, se pusieron en marcha estaciones generadoras de etiquetas de bandejas para la normalización de dicha fase en los procesos manuales, en los Centros de Tratamiento Automatizado de Madrid, Barcelona, Sevilla, Vitoria, Valencia, Bilbao, Valladolid, Santiago, Zaragoza, Granada, Málaga, Mérida, Oviedo, Tenerife, Palma de Mallorca, y en el CTP de Las Palmas.

Para ampliar el servicio a los clientes generadores de grandes volúmenes, entre otras actuaciones, se crearon nuevas Unidades de Admisión Masiva en Madrid-Chamartín y Mérida; se modernizó la de Barcelona y se extendió el franqueo mecánico a las de Santander, Sevilla, Palma de Mallorca, Granada, Málaga, Cádiz, Valencia y Castellón.

Por otra parte, se inició un nuevo proyecto de reorganización de las rutas de recogidas a domicilio, que permitirá extender la accesibilidad y otorgar mayores valores añadidos a los clientes. Durante 2005 finalizó la implantación y el seguimiento operativo de su funcionamiento en la Unidad de Barcelona, así como la definición del proyecto para su próxima puesta en funcionamiento en Madrid.

Para los clientes que realizan envíos a Canarias, se implantó la aplicación informática VEGA para el tratamiento de la gestión fiscal y aduanera de los envíos destinados a Canarias, que permite a Correos actuar como mediador para la liquidación de los tributos a la importación, tras haber alcanzado un acuerdo con la Hacienda del Archipiélago.

Transportes

A lo largo de 2005, Correos renovó su flota de transportes, con una inversión total de más de 12 millones de euros. Adquirió 1.789 nuevos medios de transporte. El parque móvil al servicio de Correos asciende a 12.820 vehículos de diferente tipología, con una capacidad de transporte anual de más de 2.828 millones de kilos o 17 millones de metros cúbicos.

VEHÍCULOS

	2005
Total	12.820
Propios	11.946
Ajenos	874
Km. diarios	340.896

Las actuaciones abordadas en la red de transportes se centraron en torno a tres ejes: su adaptación al modelo de producción de la División de Correo, la modernización de las herramientas tecnológicas aplicadas a la gestión de rutas de transporte y el incremento de la calidad.

Para ajustarse a los requerimientos del programa de automatización, se crearon 14 nuevas rutas transversales de transportes para flexibilizar y complementar las redes radiales y se adelantaron las horas de inicio y de llegada de las rutas. Con estas medidas se amplió el tiempo disponible (ventana horaria) para el tratamiento del correo.



En segundo lugar, la modernización de los procedimientos de seguimiento y control de las rutas de transportes implicó mejoras en la herramienta informática HORUS, que gestiona los trayectos que componen la red nacional. Con una nueva versión más amigable, se incorporó a esta herramienta un módulo específico para la Red Urgente Nocturna. Asimismo, se extendió la nueva aplicación MARABÚ -para el control y seguimiento *online* de las recogidas de buzones, a 8 capitales de provincia y a 18 poblaciones de más de 50.000 habitantes.

Las restantes actividades estuvieron orientadas a mantener y mejorar la calidad del servicio, de forma que la efectividad de la entrega en plazo en las rutas fue en todos los casos superior al 95%, índice esencial para garantizar la calidad en toda la cadena postal.

Distribución

La amplia red de distribución de la que dispone Correos le permite, de una parte, prestar un servicio postal universal de calidad y, de otra, le otorga la ventaja competitiva de poder llegar todos los días a todos los núcleos de población. Además, el personal de distribución en el ámbito rural actúa igualmente de punto de admisión de la correspondencia en aquellos núcleos de población donde Correos no dispone de oficina postal.

Unidades de distribución	1.980
Puntos de servicio de ámbito rural	8.094
Oficinas auxiliares	1.285
Enlaces rurales	6.809

Por el carácter esencial de la red de distribución postal, la organización abordó hace dos años la modernización de sus unidades de reparto, con el objetivo de implantar un nuevo modelo organizativo y de gestión que complementara las mejoras aportadas por el Plan de Automatización. Tras definirlo y evaluarlo, el denominado Plan para un Nuevo Modelo de Carterías fue implantado con éxito el pasado año en las primeras 213 unidades de distribución. Su contenido incluyó la renovación de la gestión interna, la actualización del equipamiento postal e informático y la formación específica de su plantilla.

Con objeto de mejorar la calidad y optimizar las rutas de entrega, Correos procedió en 2005 a adecuar los recursos en el área de distribución. Las actuaciones incluyeron:

- La revisión de 1.719 secciones urbanas y 1.708 rurales.
- La creación de 300 nuevas secciones, 141 de ellas de reparto urgente.

La empresa inició, por otra parte, la configuración del nuevo Sistema de Gestión Integral de Envíos (SGIE) que se adaptará a las necesidades específicas de las unidades de reparto. La nueva aplicación supone la evolución del Sistema de seguimiento de Envíos Registrados en Distribución y Entrega (SERADE), que constituyó un hito en la automatización de la gestión de esa tipología de envíos por los altos niveles de eficiencia aportados a la operativa interna. En este contexto, se siguieron integrando en SERADE nuevos productos, como el giro, el reembolso electrónico o el burofax *online*.

El MERCURIO fue otra herramienta informática desplegada para mejorar los procesos relacionados con la entrega postal. Integra todos los eventos de trazabilidad de los envíos producidos en las diversas fases de la cadena logística, hasta ahora dispersos en otras tantas aplicaciones, lo que proporciona mejor servicio al centro de atención al cliente y a la organización en general.

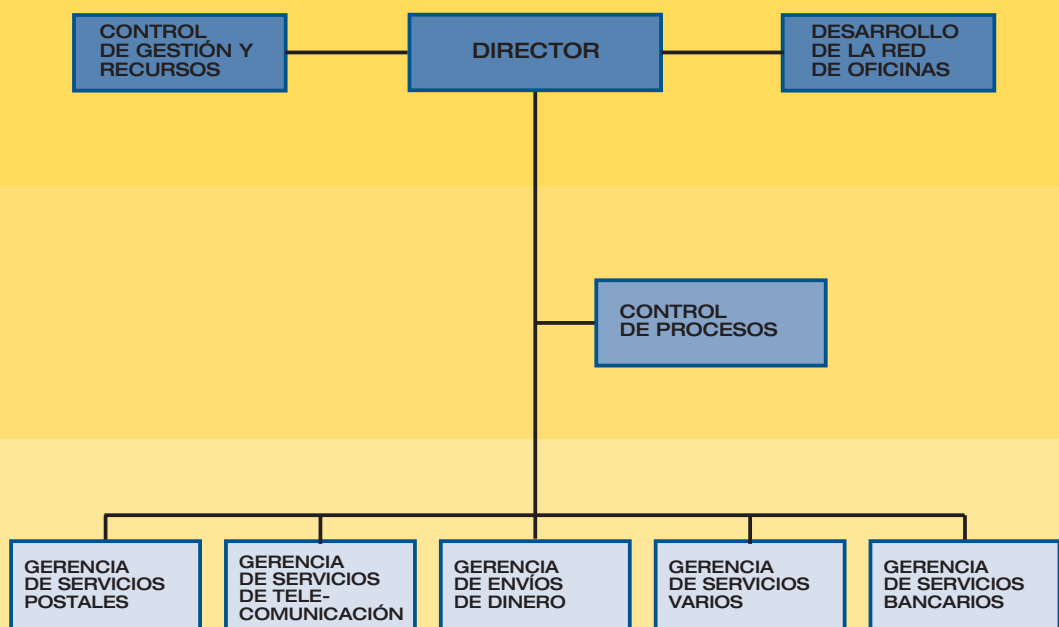
DIVISIÓN DE OFICINAS

En su doble papel de servicio público y de canal de comercialización, la División de Oficinas, de una parte, garantiza la accesibilidad de todos los ciudadanos a las prestaciones postales básicas y, de otra, ofrece una cartera de productos cada vez más amplia y de mayor valor. Para ello cuenta con una red integrada por 1.987 establecimientos y la atención personalizada y especializada de 11.856 empleados.

Oficinas postales	1.987
Oficinas con horario mañana y tarde	454
Oficinas con horario de mañana*	1.533

* Incluye 16 OP8

Su visión es consolidarse como principal soporte de atención postal minorista y, simultáneamente, liderar la distribución multiservicio. Con ese fin orienta sus esfuerzos a satisfacer las demandas de sus clientes y a diversificar su oferta, asegurando niveles de rentabilidad que contribuyan positivamente al resultado de Correos.





En 2005, la evolución de los ingresos obtenidos por la División de Oficinas fue muy positiva en general, siendo especialmente destacable los resultados generados por la comercialización de los servicios de Western Union, los productos prefranqueados o las certificaciones, todas ellos de gran aceptación entre los usuarios.

EVOLUCIÓN DE LOS INGRESOS POR PRODUCTOS

Producto	Variación 2005/2006
Operaciones Western Union	33,1%
Prefranqueados	30,4%
Certificaciones telegráficas	30,3%
Certificaciones postales	28,9%
Fax privado	23,7%
Sobres y embalajes	23,4%

Mejora de la accesibilidad

La oficina postal está configurada como un centro integral de servicios en el que los ciudadanos pueden realizar múltiples gestiones en un único espacio, con la comodidad de tener siempre un establecimiento cerca de su domicilio. Para llegar al modelo actual, se ha ido ampliando la accesibilidad y se han incorporado nuevos productos a la oferta tradicional, de forma que los clientes cuentan hoy con más servicios, más cerca y más fácil. Este proceso se ha complementado con una mayor capacitación de los profesionales que trabajan en la División, para lo que han desarrollado acciones formativas encaminadas a tal fin.

En el ámbito del servicio universal, Correos tiene el compromiso de prestar un servicio accesible a los ciudadanos. A tal fin, cuenta con un Plan de Accesibilidad que incluyó la apertura de nuevas oficinas en zonas de alta afluencia de ciudadanos o de demanda de servicios postales, así como la ampliación de horarios.

- En 2005 se crearon 20 nuevas oficinas multiservicio ubicadas en entornos urbanos y en centros comerciales, donde existe una mayor demanda de servicios postales.
- 100 puntos de atención limitada (por su oferta de servicios y horarios) se hicieron más accesibles, ya que estas 100 antiguas oficinas auxiliares se transformaron en otras tantas oficinas multiservicio, con horario completo de atención al público, una oferta integral de servicios postales y no postales, y la dotación de medios tecnológicos necesarios para prestar un servicio ágil y de calidad.
- Igualmente, 100 oficinas postales, que permanecían exclusivamente abiertas por la mañana, ampliaron sus horarios de atención al público, pasando a funcionar ininterrumpidamente desde las 8:30 hasta las 20:30 horas.

A consecuencia de estas acciones, la Sociedad Estatal reforzó la cercanía y disponibilidad de sus establecimientos postales gracias a la capilaridad de la red y a sus horarios de atención al público.

Nueva oferta en las oficinas multiservicio

Una de las prestaciones cada vez más demandada por los usuarios de los establecimientos postales es el pago de recibos emitidos por empresas suministradoras de servicios básicos, como las compañías eléctricas. A lo largo del tiempo, se ha revelado especialmente útil para aquellos clientes que no tienen domiciliados sus pagos o que, siendo propietarios de segundas residencias, pueden abonar dichas facturas en la red de oficinas multiservicio, durante todo el año y en cualquier lugar de España.

Dada su gran demanda, la Sociedad Estatal suscribió el pasado año acuerdos comerciales con otras firmas, como Gas Natural, Aguas de Barcelona, y otras empresas abastecedoras de servicios y ayuntamientos. Muestra del éxito de las nuevas prestaciones es que el número de recibos tramitados se triplicó en 2005.

Correos mantiene también una dilatada colaboración con El Corte Inglés, a través del acuerdo con Telecor para la venta de productos de telecomunicaciones en las oficinas postales. La red conjunta Correos Telecor se extendió en 2005 con la apertura de 11 tiendas, por lo que el total nacional asciende a 61.

Paralelamente, se intensificó la cooperación en ambos sentidos, al iniciarse la venta directa de servicios postales en los centros de El Corte Inglés. La oferta incluye productos prepagados certificados, que se pueden depositar tanto en los mismos establecimientos comerciales como en cualquier oficina de Correos, y cuyo seguimiento puede ser realizado a través de la web postal.

Atención a inmigrantes

La empresa está revisando durante los últimos años su cartera de productos para adaptarla a las necesidades derivadas del intenso fenómeno de la inmigración en España. Con la intención de acercar todos sus servicios a este colectivo, creó en su día un nuevo formato de oficina denominado Postal Transfer, ideada para atender las demandas específicas de comunicación y financieras del creciente número de inmigrantes residentes en el país.

Dada la satisfactoria acogida e inspirándose en los principios de universalidad y accesibilidad, Correos decidió integrar los servicios prestados por las Postal Transfer en el conjunto de las oficinas postales. De esta forma, se dotó a toda la red de una oferta integral y se profundizó en el concepto de oficina multiservicio.

Siendo consciente, además, de que el servicio de envío de dinero adquiere una especial relevancia para la población inmigrante, la Sociedad Estatal ha desplegado otras opciones, como el servicio *Dinero en minutos*, fruto de un acuerdo suscrito en 1999 con Western Union. Disponible en todos los establecimientos de la red, cuenta con la garantía y fiabilidad de dos empresas líderes en sus respectivos sectores, como son Correos y Western Union.

Además de comercializar los productos financieros fruto de la colaboración de Correos con Deutsche Bank, la red de establecimientos postales también ofrece otras alternativas, como el giro internacional tradicional, la opción más económica y con plena garantía, el giro electrónico y el Eurogiro, a cuya red se incorporaron en 2005 nuevos países. Como novedad, el giro inmediato, lanzado el pasado año, permite el envío de dinero con disponibilidad inmediata para el destinatario en cualquier oficina postal.



Todos estos esfuerzos por ofrecer el mejor servicio a sus clientes, fueron reconocidos el pasado año en diversos ámbitos. Western Union, que convoca anualmente el concurso *Top Teams* para agradecer la labor de sus mejores agentes colaboradores, premió a las oficinas postales de Pamplona, Badajoz, Salamanca, Las Palmas de Gran Canaria y de Santa Coloma de Gramanet.

Correos fue igualmente galardonada como *Líder de transparencia en remesas 2005* por la organización Remesas.org, formada por analistas financieros especializados en el estudio del mercado de envíos de dinero al extranjero. El premio reconoce a las compañías remesadoras que aplican una política de transparencia superior a los requisitos mínimos establecidos por la regulación española y que ofrecen información suficiente para evaluar y comparar sus ofertas.


 CHRONOEXPRES

Chronoexpres es la compañía del Grupo Correos especializada en transporte urgente de paquetería. Su estrategia empresarial está fundamentada en tres ejes: calidad del servicio, orientación al cliente y rentabilidad, sobre los que se ha consolidado como referente del segmento exprés en España.

Con una oferta destinada primordialmente al sector empresarial, dispone de una de las gamas de productos más completas del mercado, en la que sobresalen envíos como Chrono 10, Chrono 14 y Chrono 24, con entregas aseguradas en plazos fijos. Cuenta también con servicios especiales para los sectores de ópticas y valijas, mercados liderados por Chronoexpres, así como otros que incorporan altos valores añadidos, como Multichrono.

Además de desarrollar su actividad en el ámbito doméstico, la empresa otorga una creciente importancia a su orientación internacional mediante la ampliación de su cobertura geográfica y la oferta de productos específicos (Internacional Exprés o Internacional Estándar).

RECURSOS

Empleados	1.305
Centros de operaciones	63
Rutas de distribución	2.029

Chronoexpres dispone de una plantilla integrada por 1.305 profesionales y de una estructura compuesta de 63 centros de operaciones y 2.029 rutas de distribución y arrastres, que le proporcionan una de las presencias territoriales más extensas de España. Con esos medios, llega cada día a más de 8.100 municipios nacionales y gestiona un volumen anual de bultos superior a 27 millones.

Balance de 2005

Plan de saneamiento y resultados

Chronoexpres aplicó un Plan de Saneamiento articulado en torno a tres bases: el fortalecimiento de la calidad, la consolidación de todos los sistemas de información y un riguroso control de costes, componentes que se habían visto afectados por el proceso de integración de las antiguas Chronopost y Servipack.

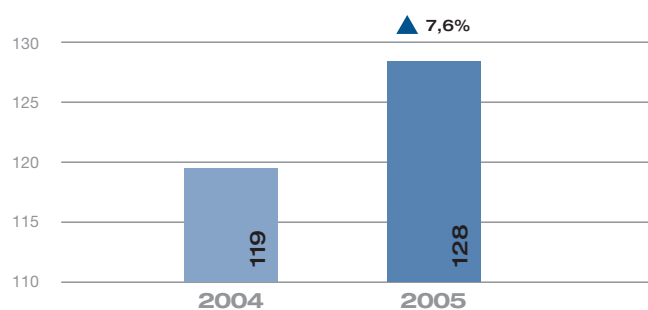
En el año 2005, las actuaciones se orientaron a dar nuevos impulsos para fortalecer el posicionamiento de la empresa en el mercado y garantizar su sostenibilidad y rentabilidad a medio y largo plazo. Se trabajó en el desarrollo de un proceso permanente de reorganización y adaptación de su estructura a las necesidades operativas, en paralelo a una mejora de la calidad de servicio ajustada a las exigencias del mercado y de los clientes. Los progresos en los sistemas de facturación y gestión de cobros contribuyeron a dar mayor solidez financiera a la compañía.

Las iniciativas para optimizar procesos contribuyeron a reducir los costes directos, particularmente los de personal (-1,9%). Al mismo tiempo, los esfuerzos desplegados por el área comercial generaron un incremento en los volúmenes de envíos del 7,4%, situándose sus ingresos en 128,3 millones de euros.



CIFRA NETA DE NEGOCIO

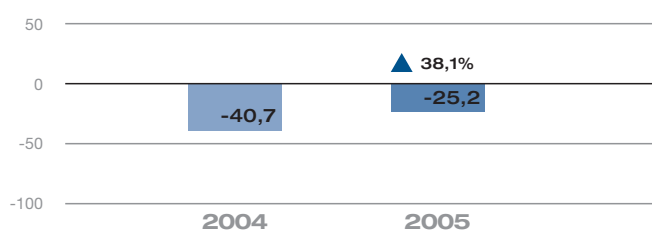
EN MILLONES DE EUROS



El resultado de explotación, por su parte, aumentó un 38,1%, aunque siguió presentando cifras negativas (25,2 millones de euros). El resultado antes de impuestos fue de -21,7 millones de euros, teniendo en cuenta extraordinarios y provisiones, cifra que refleja unas pérdidas sustancialmente inferiores a las de 2004.

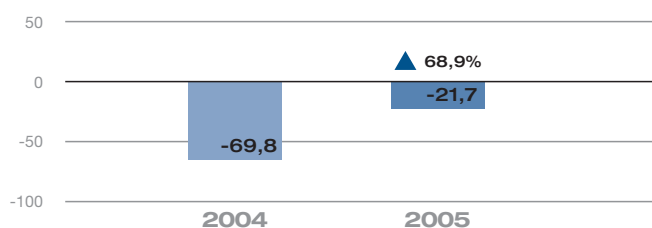
RESULTADOS DE EXPLOTACIÓN

EN MILLONES DE EUROS



RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS

EN MILLONES DE EUROS



En consecuencia, Chronoexpres mejoró significativamente sus cuentas en el ejercicio 2005, lo que permite pronosticar que 2006-2007 será el periodo definitivo de inflexión en sus resultados.

Innovación para un servicio de alto valor añadido

En un sector ampliamente ligado al uso de las últimas tecnologías, un factor clave para la empresa es la consolidación de su sistema de información. Con el propósito de optimizar los niveles de eficiencia en la recogida y reparto, y ofrecer a los clientes información en tiempo real sobre sus envíos, se procedió al despliegue de terminales PDA en las delegaciones. Con estos medios, todo el ciclo de vida del envío queda registrado, proporcionando además un importante ahorro de costes en actividades como la digitalización de las imágenes de entrega.

En la misma línea, se puso en marcha el control informático del único producto que se encontraba fuera del sistema de trazabilidad -la Valija Bancaria- con lo que se completó la incorporación de todos los productos en ese procedimiento.

La renovación de la web corporativa, de su imagen y contenidos, incluyó, entre otras cosas, la actualización de la tecnología que facilita a los clientes disponer al momento de información sobre sus envíos o generar albaranes para aquellos usuarios con bajos volúmenes de envíos.

Alerta a las necesidades internacionales

Ante la globalización del sector empresarial español y el consiguiente surgimiento de nuevas necesidades de servicios transfronterizos, Chronoexpres ha puesto a disposición de sus clientes las mejores redes internacionales, cuya cobertura geográfica ambiciona extender mediante acuerdos cada vez más amplios y novedosos.

A este respecto, el pasado año prorrogó el que mantenía desde 2002 con Federal Express, líder mundial del transporte urgente, extendiendo la colaboración a servicios que incorporan procesos de manipulación de alta complejidad, segmento en el que la filial de Correos posee la amplia experiencia que le aporta su producto Multichrono. También suscribió alianzas con la red internacional General Logistics Systems (GLS), perteneciente al operador postal del Reino Unido, Royal Mail.

La consolidación de estos acuerdos y el perfeccionamiento de los sistemas de integración con los proveedores de redes internacionales, permite a Chronoexpres estar en disposición de garantizar un servicio internacional expres con elevados niveles de calidad.

Mejora continua integral

Siendo la calidad uno de los tres ejes de su estrategia empresarial, Chronoexpres renovó su certificación según la norma UNE-EN ISO 9001:2000. A la par, desarrolló e implantó un Cuadro de Mando de Calidad diseñado para identificar en cualquier punto de la red los aspectos susceptibles de mejora que tengan incidencia directa en el cumplimiento de los compromisos de servicio.

La modernización tecnológica y los procesos de cambio organizativo y operativo exigieron la ejecución de un extenso plan de formación. Las 298 acciones formativas impartidas el pasado año, con un total de 20.260 horas y un número de asistentes cercano a 700, posibilitarán un desempeño más eficiente de las funciones, la actualización de los conocimientos de los empleados y su desarrollo profesional.



NEGOCIO ELECTRÓNICO

Correos quiere asegurarse una posición de fortaleza frente a los retos del entorno electrónico, aprovechando los nuevos medios para acercar la oferta postal a toda la sociedad. Para ello, cuenta con la Unidad de e-business, encargada de identificar y lanzar servicios basados en las nuevas tecnologías y de adaptar los productos tradicionales al canal *online*.

La oficina postal virtual

Correos Online es el canal postal virtual, abierto las 24 horas, los 365 días. Desde su implantación, los clientes de Correos pueden combinar la comodidad de operar a través de la oficina digital con la posibilidad de recibir cualquier envío físico mediante los servicios propios de la empresa.

Como reflejo de la creciente aceptación de , la cifra de nuevos usuarios registrados en el canal postal aumentó en 2005 un 120%, hasta superar los 102.000, mientras que la media mensual de visitas recibidas superó las 909.000. En consecuencia, la facturación por servicios contratados *online*, por su parte, registró un crecimiento interanual del 450%. En esta evolución, tuvieron que ver tanto la incorporación de nuevos servicios como la aplicación de sustanciales mejoras.

Productos y servicios electrónicos

En su nuevo enfoque de oficina postal virtual, Correos Online incorporó a su contenido nuevos servicios, así como capacidades que generan una oferta global y facilitan la integración en la cadena de valor de los clientes. A la cartera de productos ya disponible, que incluía el correo digital, la identificación de certificados, el franqueo electrónico, los productos de paquetería y las Notificaciones Telemáticas Seguras, se añadieron nuevas funcionalidades.

Así, se lanzó el reembolso electrónico o el burofax *online* – versión electrónica de uno de los productos de Correos con mayor demanda por los valores añadidos que incluye: idoneidad para el envío de documentos relevantes, validez como prueba ante terceros, copia certificada con validez legal o posibilidad de abonarlo con cargo a un contrato.

También se añadió el sistema *epagado* de Bankinter, un método cómodo que permite, mediante una cuenta prepago asociada a una dirección de correo electrónico, enviar dinero, adquirir artículos o contratar servicios postales, con total seguridad, sin necesidad de proporcionar un número de cuenta o tarjeta de crédito.

Para promover la utilización de los servicios virtuales entre determinados colectivos de usuarios, Correos formalizó convenios con algunos organismos como el Consejo General de la Abogacía. Sus 50.000 colegiados podrán acceder a una selección de productos postales a través de su web, www.redabogacia.org, mediante el reconocimiento del Certificado Digital de Firma Electrónica emitido por el propio Consejo. En la misma línea, alcanzó un acuerdo con el portal de subastas eBay, que aportó a la Sociedad Estatal un espacio en donde promocionar sus servicios.

Las notificaciones telemáticas seguras registraron una notable expansión impulsada por los acuerdos alcanzados con nuevos emisores, como los Ministerios del Interior; Medio Ambiente; Industria, Turismo y Comercio; Cultura; y Economía y Hacienda; el Gobierno de Navarra; el Ayuntamiento de Barcelona, y todas las autoridades de certificación nacionales.



Otros servicios con gran aceptación fueron el de Identificación de Certificados, los envíos de Correo Digital, las notificaciones o el telegrama *online*, servicio al que ya es posible abonarse con cargo a contrato, funcionalidad especialmente útil para las empresas.

En paralelo a la incorporación de nuevos productos y en línea con la política comercial de Correos, www.correos.es fue objeto el pasado año de importantes transformaciones con el propósito de cumplir con su cometido y simplificar su uso general. Así, se procedió a segmentarla en dos grandes apartados –particulares y empresas– y a redefinir todos sus contenidos en función de esa tipología diferenciada de clientes.

También se modificaron las categorías del menú de navegación, de forma que sus títulos respondieran a los criterios y necesidades de los usuarios; se rediseñaron herramientas como el buscador de códigos postales y el calculador de tarifas; y se incluyeron unas Guías de Ayuda de gran claridad conceptual que facilitarán la utilización de los servicios y herramientas *online*. El último paso fue la traducción completa de todos sus contenidos a las diversas lenguas cooficiales del Estado, así como al inglés.



Correos, con la Sociedad de la Información

Correos se ha implicado activamente en la promoción y difusión de la Sociedad de la Información entre los ciudadanos. Con ese fin, colabora con otras instituciones, como Red.es, entidad pública que desde 2004 impulsa el proyecto Todos.es, creado con el propósito de divulgar los beneficios de la Sociedad de la Información entre la población mediante dos vías: una campaña publicitaria y aulas formativas itinerantes que recorrieron toda España.

Correos, que comparte los objetivos de Red.es, colaboró en ambas iniciativas, primero, divulgando el programa Todos.es en la web corporativa y en su propia campaña publicitaria; y después, poniendo a disposición de los usuarios de las aulas móviles el envío gratuito de cartas o tarjetas a través de Correos Online.

Asimismo, Correos fue una de las 150 firmas promotoras del Día de Internet, celebrado por primera vez en España el 25 de octubre. En esas fechas www.correos.es incorporó vínculos a la declaración de principios para la construcción de la Sociedad de la Información.

Otro proyecto de innovación tecnológica en el que estuvo presente la empresa fue la nueva plataforma de Ciudades Digitales, resultado del grupo de trabajo creado bajo el auspicio de AUTELESI (Asociación de Usuarios de Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información).

Reconocimientos

El esfuerzo de la Sociedad Estatal para adaptarse a las nuevas tecnologías y divulgarlos beneficios de Internet fue merecedor de diversos reconocimientos.

AUTELESI otorgó a Correos Online el premio al mejor *Proyecto o Iniciativa para el Desarrollo de la Sociedad de la Información*. Esta organización también concedió un galardón a título personal al presidente de Correos, por su trayectoria profesional en este ámbito y por considerarlo el ejecutivo que más destacó por su visión y respaldo a las nuevas tecnologías como factor de éxito para la empresa.

Estos galardones se suman al reconocimiento que www.correos.es recibió en diciembre, al ser elegida como una de las tres mejores web de España, en la IX edición de los Premios de la Asociación de Usuarios de Internet.

ACTIVIDAD INTERNACIONAL

En el ámbito internacional, Correos tiene el doble reto de dar respuesta a los requerimientos de un entorno económico globalizado y de atender sus necesidades de cooperación con otros operadores postales extranjeros, públicos y privados, para el desarrollo de su propio negocio.

Desde una visión integral y con el objetivo de alcanzar la máxima eficacia y eficiencia, la Unidad Internacional asume todas las competencias de la Sociedad Estatal relacionadas con este ámbito, tanto comerciales como operativas, de gestión y de relaciones institucionales. Todo ello con el propósito de alcanzar la máxima eficacia y eficiencia en todas las actividades asociadas a dicho entorno.

Entre los objetivos de su actividad se incluyen mejorar la competitividad e ingresos de la empresa; captar, satisfacer y fidelizar a los clientes mediante el suministro de servicios postales que añadan valor a sus negocios; posicionar a Correos entre los principales operadores postales que comercian entre Europa y Latinoamérica; y representar los intereses de la Sociedad Estatal en foros postales internacionales.

Balance de 2005

Iniciativas comerciales

Este año fue fundamental para el lanzamiento de nuevos productos internacionales, como Prisma Internacional –con garantía de tratamiento prioritario, seguimiento y plazos reducidos de entrega– y Correo Urgente Internacional que, bajo un concepto de servicio económico, facilita el envío de documentos y mercancías hasta 2 kilos en el menor tiempo posible.

Con ello, se extendió la oferta internacional, que abarca los segmentos de cartas, publicidad, paquetería y productos urgentes, con valores añadidos como la certificación o el franqueo en destino. Desde el año pasado, además, se ofrecen servicios especializados de gestión de las declaraciones aduanales referidas a las importaciones que llegan a Barcelona y Madrid, servicio que está previsto ampliar en 2006 a las exportaciones.

Aprovechando las excelentes relaciones que mantiene con diferentes operadores extranjeros, la Unidad desarrolló un plan de apoyo a la red nacional de ventas que busca incrementar el flujo de correo y paquetería internacional, ordinaria y registrada, tanto de clientes particulares como de empresas.

En esa línea, dedicó un notable esfuerzo a desplegar la presencia comercial de la Sociedad Estatal en el exterior mediante su participación por primera vez en diferentes ferias internacionales, particularmente las especializadas en publicidad directa y venta por catálogo, como DIMA, en Dusseldorf, y Versandhandelskongress, en Wiesbaden. Las empresas asistentes a dichos foros tuvieron oportunidad de conocer la amplia cartera de productos de paquetería y correspondencia que les ofrece Correos para sus transacciones comerciales hacia España.

Operaciones

En el ámbito operativo, se inauguró la nueva Oficina de Cambio de Barcelona, con lo que la reorganización de los centros de tratamiento del correo internacional entró en su recta final. Dicha reforma supuso la especialización de los centros de Madrid y Barcelona en función del tipo de medios de transporte utilizados y de los productos postales procesados. Desde entonces, el tratamiento



de todo el correo aéreo se efectúa en Madrid, quedando la instalación de Barcelona como nexo de unión con Europa para los encaminamientos por carretera, así como punto de recepción de los envíos marítimos que llegan de fuera de la Unión Europea.

El año pasado también se realizaron avances en la configuración del hub postal de Correos, que se perfila como la herramienta fundamental para que la empresa juegue un papel clave en los intercambios postales entre América y Europa.

Actividad

En 2005 Correos incrementó su cuota de mercado en el segmento de paquetería internacional no urgente, amplió su cartera de clientes en ese ámbito y consolidó su imagen en el exterior. En Europa consiguió captar nuevos clientes mediante acuerdos de inyección directa, que crecieron un 80%.

La presencia de población inmigrante en España incidió también en el incremento de los productos de paquetería, cuyos volúmenes aumentaron un 7,9% en exportación y un 48,7% en importación. Los países que alcanzaron mayores incrementos de tráfico de salida fueron los latinoamericanos, principalmente Brasil, Bolivia, Paraguay y Uruguay. Cabe subrayar, también, el caso de Estados Unidos, cuyo volumen de envíos de paquetería dirigidos a España creció de forma considerable.

El producto EMS (paquete exprés que se envía con carácter urgente y bajo firma) experimentó un crecimiento puntual del tráfico motivado por la regularización de inmigrantes de principios del año 2005 en España. Las peticiones de documentación a sus lugares de origen, así como las respuestas, todas de carácter urgente, se vieron reflejadas en un aumento del flujo postal. Bulgaria, Nigeria y Rumania, junto con algunos países latinoamericanos, registraron los índices de aumento más elevados.

Relaciones institucionales

En 2005, la Sociedad Estatal focalizó sus esfuerzos en Europa, donde jugó un rol activo en los debates que sobre la liberalización postal se están desarrollando en los foros comunitarios y en las organizaciones postales, y en América Latina, donde incrementó su grado de compromiso.

Correos impulsó numerosas iniciativas en la región latinoamericana, tanto a través de la colaboración activa en la Unión Postal de las Américas, España y Portugal (UPAEP) como mediante acciones bilaterales con esos países. Los esfuerzos de Correos, junto con los del Ministerio de Fomento y del resto de Estados miembros, se plasmaron en el XIX Congreso de la UPAEP, celebrado en Río de Janeiro, donde España fue reelegida miembro del Comité de Gestión, tras una ausencia de cinco años. También se designó a un representante de Correos para presidir el Grupo de Gastos Terminales de la UPAEP, uno de los dos más importantes de esta institución postal.

En la Unión Postal Universal (UPU), Correos preside el Grupo de Acción de Cooperación al Desarrollo. En este marco, participó activamente en el lanzamiento de los Planes Integrales de Reforma Postal que el organismo ha creado para fomentar el progreso integral del sector postal en los países en vías de desarrollo.

Correos colaboró en las labores de consultoría en Colombia y Venezuela, para implantar el sistema de códigos postales; en Costa Rica, para desplegar un plan exhaustivo que incluye aspectos operativos, legislativos y de organización; y en Honduras y Paraguay, en programas de modernización.

CORREO
HÍBRIDO

La filial Correo Híbrido, S.A., está especializada en la oferta integral de productos y servicios postales. Incluye todas las actividades -a partir de información remitida por el cliente en formato electrónico- de transformación y puesta a disposición de los destinatarios en el formato y medios solicitados.

Su alcance excede la prestación de servicios de *outsourcing* de ensobrado y manipulado de documentos, al disponer de una cartera completa que incluye ingeniería de documentos; impresión, ensobrados y acabados; distribución a través de la red de Correos, la de mayor cobertura territorial de España y con acceso a otras de alcance internacionales; transacciones electrónicas seguras; gestión de consumibles, o correo híbrido inverso.

Balance de 2005

En la línea de incorporar nuevos valores a su cartera comercial, en el 2005 Correo Híbrido lanzó una modalidad de envío con acuse de recibo integrado en el sobre, pensado para los grandes demandantes de esa categoría de productos, como las administraciones públicas. También creó un servicio de digitalización, almacenamiento y custodia de documentos en imagen, así como otro de automatización y gestión de devoluciones.

Para realizar su actividad, Correo Híbrido contó con una plantilla de 140 personas y realizó inversiones que se destinaron a la adquisición de maquinaria.

RECURSOS

Plantilla	141
Centros de operaciones	3

Los datos básicos de actividad en 2005 se concretan en la gestión de 309,4 millones de envíos (con un incremento del 3% sobre los del año anterior) y la realización de 584 millones de impresiones.

ACTIVIDAD

Envíos gestionados	309,4
Impresiones	584,1

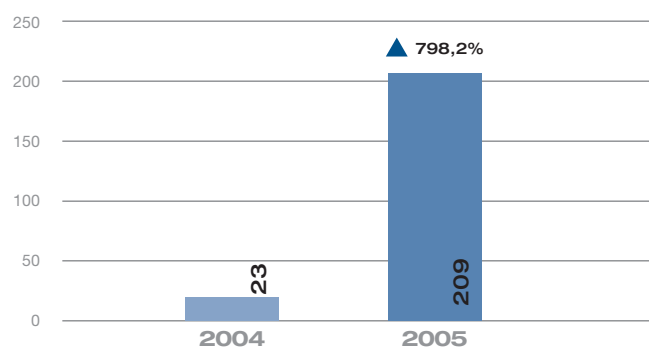
EN MILLONES

La cifra de negocio creció un 29,4%, hasta alcanzar 6,9 millones de euros. En esta evolución influyeron factores como el mantenimiento de una importante cartera de clientes en los sectores de banca, administración y *utilities*, cuyas facturaciones registraron aumentos notables, y la firma de nuevos contratos con otras entidades y con una importante empresa de telecomunicaciones. Por último, el resultado antes de impuestos, aumentó un 797,9%, pasando a 208.753 euros en 2005.



RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS

EN MILES DE EUROS



Correo Híbrido logró superar en 2005 los objetivos que se había marcado para el periodo, obteniendo unos resultados positivos sustentados en la ampliación de la cartera de servicios, en el crecimiento de las ventas y en el control de gastos.





CORREOS
TELECOM

La actividad de la empresa se desarrolla en torno a la red de telecomunicaciones de la que es titular Correos. Su organización se estructura en tres negocios: la gestión de los servicios de telecomunicación, la comercialización de los activos excedentarios de dicha infraestructura y la participación en nuevos proyectos y servicios de Internet de la empresa matriz.

Balance de 2005

La estrategia global que marcó la actividad de la empresa a lo largo del pasado ejercicio se centró en continuar el proceso de adaptación constante y de mejora de los parámetros de calidad en los servicios prestados a Correos según las directrices, objetivos y prioridades marcados desde la empresa matriz a través de la Dirección de Tecnología y Sistemas.

Las tres áreas que componen la compañía desarrollaron diversos proyectos en función de sus ámbitos de actuación.

El Área de negocio de Servicios de Telecomunicaciones participó, en coordinación con la Dirección de Tecnología y Sistemas de Correos, en la puesta en marcha de la Nueva Red de Telecomunicaciones de la Sociedad Estatal. Este proyecto supone la actualización tecnológica de todas sus comunicaciones, tanto las que dan conectividad a las aplicaciones informáticas entre todos los centros y oficinas, como las telefónicas, de acceso a Internet, de telefonía móvil y las comunicaciones con empresas externas. Por su carácter estratégico, este proyecto forma parte del INTEGRA, con el que Correos hace una apuesta inequívoca por la tecnología de la información y las comunicaciones como uno de los pilares fundamentales de su negocio.

También prestó asistencia técnica en proyectos focalizados en la mejora de las prestaciones de la red local del Centro Directivo de Correos y en el incremento de sus niveles de seguridad y disponibilidad; en la instalación de las comunicaciones de la nueva plataforma tecnológica informática en el Centro de Procesos de Datos; en la puesta en marcha de soluciones de movilidad basadas en tecnología 3G UMTS/GPRS y tecnología *wireless*.

El Área de Comercialización de Infraestructuras de Telecomunicación, cuyo objetivo es vender los excedentes de telecomunicaciones de la Sociedad Estatal, amplió la cartera de clientes con la firma de un acuerdo con la operadora AUNA, al que se asociaron 12 contratos individuales de arrendamiento de tramos de fibra óptica. Igualmente actuó en la fidelización de otros, al alquilar nuevos tramos de fibra óptica al operador ONO.

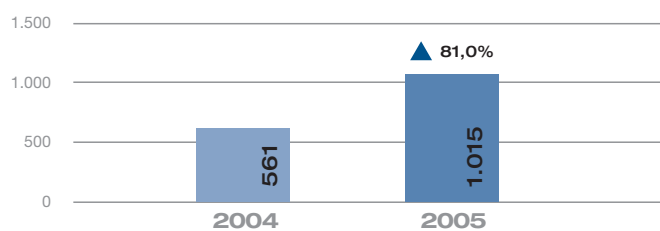
Por último, el Área de Nuevos Proyectos de e-business prestó asistencia técnica en la puesta en marcha de los nuevos servicios que se fueron activando a lo largo de 2005 en la web de Correos. Igualmente asistió técnicamente al Sistema de Notificaciones Telemáticas Seguras (SNTS) y su adaptación a las necesidades y requisitos del mercado y de los organismos públicos adheridos, dentro del contexto de participación y apoyo de Correos a la Administración Electrónica y el Desarrollo de la Sociedad de la Información.



La actividad realizada en 2005 por Correos Telecom generó unos ingresos de 2,1 millones de euros, un 12,7% más que el periodo precedente. Los resultados antes de impuestos crecieron un 81,0%, registrando una cifra de 1.015.177 euros.

RESULTADOS ANTES DE IMPUESTOS

EN MILES DE EUROS



FILATELIA

La Unidad de Filatelia es la responsable de gestionar la venta a distancia de productos filatélicos y de colección.

Balance de 2005

Por tercer año consecutivo, la Unidad incrementó su actividad, ya que logró distribuir más de 50 millones de unidades entre sellos, hojas bloque, minipliegos, pruebas filatélicas, sobres de primer día de circulación, matasellos conmemorativos, tarjetas postales, productos numismáticos y publicaciones.

Los coleccionistas brindaron una excelente acogida al lanzamiento de nuevos productos, como los sellos autoadhesivos en pliegos, y a la recuperación tras siete años de ausencia de las tarjetas prefranqueadas del tipo *entero postal*.

El libro "*Descubre la Filatelia con los Lunnis*", editado con la colaboración con Televisión Española, se convirtió en el manual de referencia para iniciar a los más pequeños en la filatelia de una forma didáctica y divertida. Paralelamente, la publicación del *Libro de las emisiones de España y Andorra 2005*, con una presentación más moderna y dinámica, consolidó su posición en el mercado de los álbumes de sellos.

Las emisiones de 2005 incluyeron 35 series y 83 sellos. En ellos se reflejaron una vez más numerosos acontecimientos y realidades, como el que se dedicó a las expediciones más impresionantes del programa de televisión *Al filo de lo imposible* o la serie consagrada a los valores cívicos. Ello, sin olvidar efemérides importantes a las que se dedicaron emisiones especiales, como el Cuatrocientos Aniversario de la Publicación del Quijote, el V Centenario de las Cortes de Toro y de la reina Juana I de Castilla o el Veinticinco Aniversario de los Premios Príncipe de Asturias.

También se incluyeron en el programa de emisiones los principales acontecimientos del momento -como la Constitución Europea, la XV Cumbre Iberoamericana o la Cumbre Euromediterránea- y la divulgación del patrimonio histórico-artístico.

Apuesta por los canales online

La modernización de los canales de comunicación y comercialización fue otro elemento destacable del año, en el que se puso en funcionamiento el portal Filatelia Online, dentro de la web corporativa www.correos.es. Este nuevo canal facilita la gestión de abonos y la realización de pedidos a través de Internet, con una potencialidad que se desarrollará en los próximos años. Además, en otoño se inició la edición trimestral del boletín informativo *Sellos y mucho más*, concebido como medio de información para los abonados al Servicio Filatélico.

La mejora de la calidad de servicio, muy valorada por los abonados, propició la disminución del número de aquellas incidencias que dan lugar a reclamaciones. Otros dos hitos que se implementaron para acrecentar la satisfacción de los clientes fueron la nueva presentación de los sellos de colección, ofrecidos ahora en cómodas fichas, y la mayor regularidad en los envíos periódicos.



Ferías

Correos siguió siendo el referente de los principales acontecimientos anuales ocurridos en este sector específico de su actividad. Su colaboración fue determinante para el éxito de los Campeonatos de España de Filatelia, Exfilna y Juvenil, organizados por la Federación Española de Sociedades Filatélicas, para las exposiciones territoriales desarrolladas en varias Comunidades Autónomas y para la difusión de la filatelia de base. También promocionó la formación de monitores en Centroamérica, con la celebración de sendos seminarios en Costa Rica y Nicaragua, y apoyó la filatelia de alta competición mediante un programa de becas para jóvenes coleccionistas.

La cooperación con la Asociación Nacional de Empresarios de Filatelia y Numismática y con el Gremio de Filatelia fructificó en una nueva edición de la tradicional Feria del Sello de la Plaza Mayor de Madrid y en el desarrollo de otros cuatro importantes certámenes comerciales en Barcelona y Madrid.

La proyección internacional de la filatelia nacional recibió un nuevo impulso con la participación de Correos en el Foro Internacional de PostEurop, celebrado en Malta, y la instalación de un *stand* comercial en la feria Naposta'95, en Alemania. La emisión conjunta que se realiza anualmente, en este caso con Irán, permitió extender la presencia de los sellos españoles a otros espacios geográficos. Las buenas relaciones comerciales con CTT Correios de Portugal abrieron nuevas expectativas para la oferta recíproca de productos filatélicos a los coleccionistas de los dos países.

El 150 aniversario del Telégrafo, en el Museo Postal

El Museo Postal y Telegráfico y su biblioteca constituyen otra muestra de la apertura de Correos a la sociedad. Cada año, recibe la visita de particulares y de grupos escolares o colectivos de ciudadanos, que se acercan a la historia del correo y de las comunicaciones en España a través de sus colecciones y fondos museográficos y documentales.

Su programa de exposiciones temporales fue inaugurado con una valiosa muestra conmemorativa del 150 Aniversario del Telégrafo en España, en la que se exhiben las 100 piezas más relevantes del período 1805-1905.