



SOCIEDAD ESTATAL

En su doble papel de operador encargado de prestar el servicio universal y de empresa, Correos tiene que compatibilizar la prestación de servicios postales accesibles, asequibles y de calidad, con el logro de otros objetivos como la rentabilidad, la modernización tecnológica y la atención especializada a sus clientes, que en definitiva son actores fundamentales en la determinación del mercado y del futuro de la empresa.

Sus negocios incluyen actividades postales y de paquetería no urgente, domésticas e internacionales, servicios electrónicos, sin olvidar los productos financieros y de marketing directo. La empresa se estructura en dos divisiones: Correo y Oficinas, y otras áreas de negocio: Internacional y Filatelia.

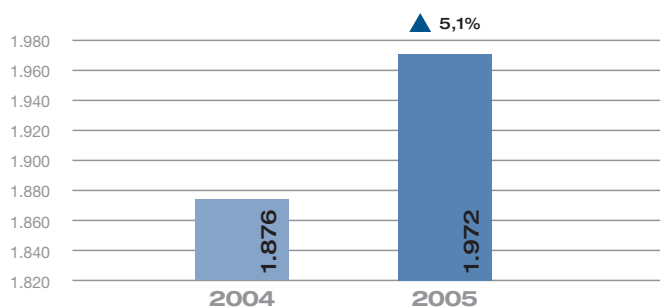
Su estrategia de modernización integral se basa en la eficiencia, la flexibilidad y la innovación, herramientas con las que pretende crear valor para sus clientes y para la sociedad en su conjunto. Los pilares esenciales para mantener su competitividad son la cualificación y profesionalidad de sus empleados, la dotación de modernas infraestructuras y medios y la continua incorporación de las tecnologías de la información.

Por todo ello, Correos es hoy el líder indiscutible del mercado postal tradicional, el operador con mayor capilaridad y cobertura territorial, así como la primera empresa del país por número de empleados.

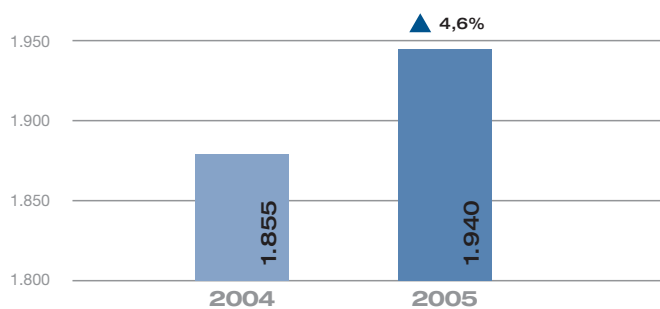
BALANCE
DE 2005**Resultados económicos**

La Sociedad Estatal obtuvo en 2005 unos resultados nunca conseguidos con anterioridad. Los ingresos totales de explotación alcanzaron 1.972,0 millones de euros, un 5,1% más que el año precedente, mientras el importe neto de la cifra de negocio fue de 1.940,0 millones de euros, un 4,6% superior a la del 2004.

INGRESOS TOTALES DE EXPLOTACIÓN

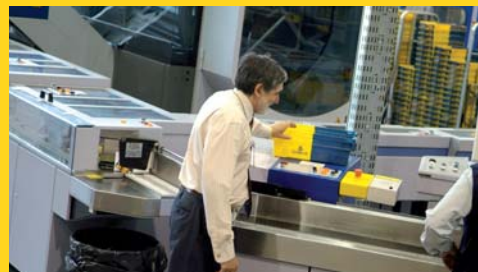
EN MILLONES
DE EUROS

CIFRA NETA DE NEGOCIO

EN MILLONES
DE EUROS

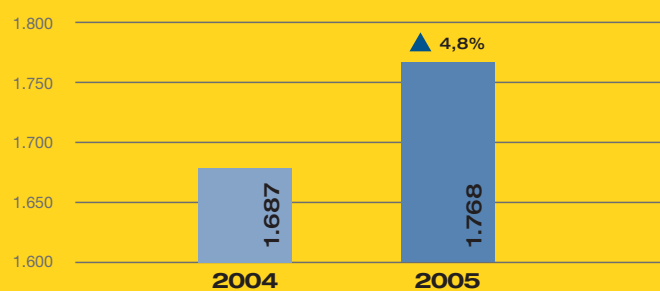


Los gastos de explotación aumentaron un 4,8%, situándose en 1.767,6 millones de euros, siendo la partida más considerable la de recursos humanos, una característica común a todos los operadores postales, cuya actividad exige disponer de gran número de trabajadores. Los beneficios de explotación fueron de 204,4 millones de euros, reflejando un crecimiento del 8,2%.



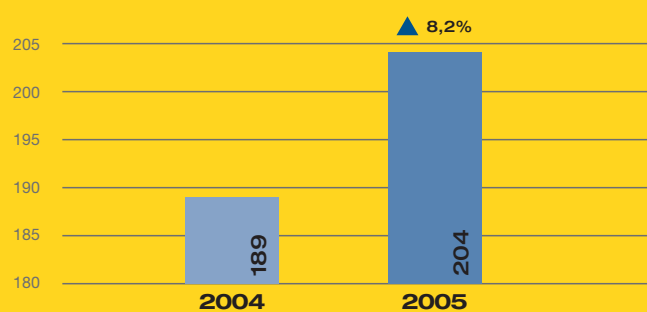
GASTOS DE EXPLOTACIÓN

EN MILLONES DE EUROS



BENEFICIOS DE EXPLOTACIÓN

EN MILLONES DE EUROS

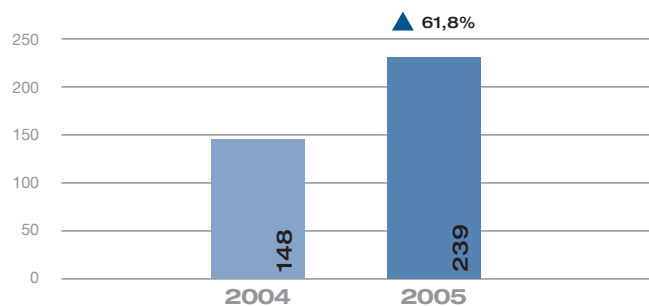




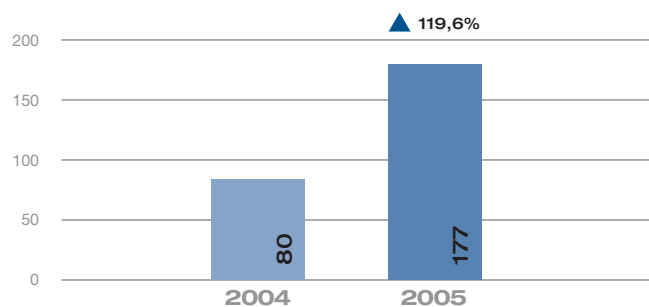
El resultado antes de impuestos fue de 239,3 millones de euros, un 61,8% superior al obtenido en 2004. Después de impuestos, el resultado se situó en 176,6 millones, con un incremento del 119,6%.

La rentabilidad obtenida por la Sociedad Estatal en el ejercicio económico fue del 12%.

BENEFICIOS ANTES DE IMPUESTOS



BENEFICIOS DEL EJERCICIO



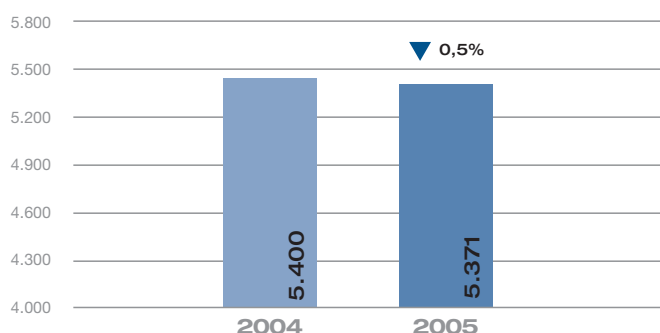


Actividad

La disminución real de los volúmenes de correspondencia gestionados por los operadores públicos iniciada en los últimos años en gran parte de los países occidentales, se trasladó por primera vez a España el pasado año.

El número total de objetos/envíos postales depositados en 2005 en Correos fue de 5.370,7 millones (envíos nacidos, sin importación ni elecciones), reflejando un descenso del 0,5% respecto del tráfico nacido en 2004.

VOLÚMENES DE ENVÍOS NACIDOS EN 2005



Desagregado el volumen total por líneas de productos, la evolución fue diferente: mientras la línea básica tuvo un descenso del 0,9%, la urgente creció un 1,9%.

TRÁFICO POSTAL POR LÍNEAS DE PRODUCTOS EN 2005

	Envíos	Porcentaje del total	Evolución 2004/2005
Línea básica	4.151,6	77,3%	-0,9%
Línea económica	1.195,3	22,3%	0,5%
Línea urgente	23,8	0,4%	1,9%
Total	5.370,7		

MILLONES DE ENVÍOS

En paralelo al tratamiento del tráfico habitual, Correos participó en la gestión de los millones de envíos originados por la celebración de varios procesos electorales. En primer lugar, colaboró en el desarrollo de las elecciones al Parlamento de Galicia, durante las que tramitó 11,8 millones de envíos ordinarios depositados por el Instituto Nacional de Estadística (tarjetas censales) y los partidos políticos que concurrieron a los mismos (propaganda electoral); además, gestionó 560.000 envíos certificados con documentación electoral y con votos por correo, tanto nacionales como internacionales.

Igualmente, cooperó en la celebración del referéndum nacional que, sobre la Constitución Europea, se celebró el 20 de febrero. En este último proceso, gestionó 71,4 millones de envíos ordinarios y 2 millones de envíos certificados.

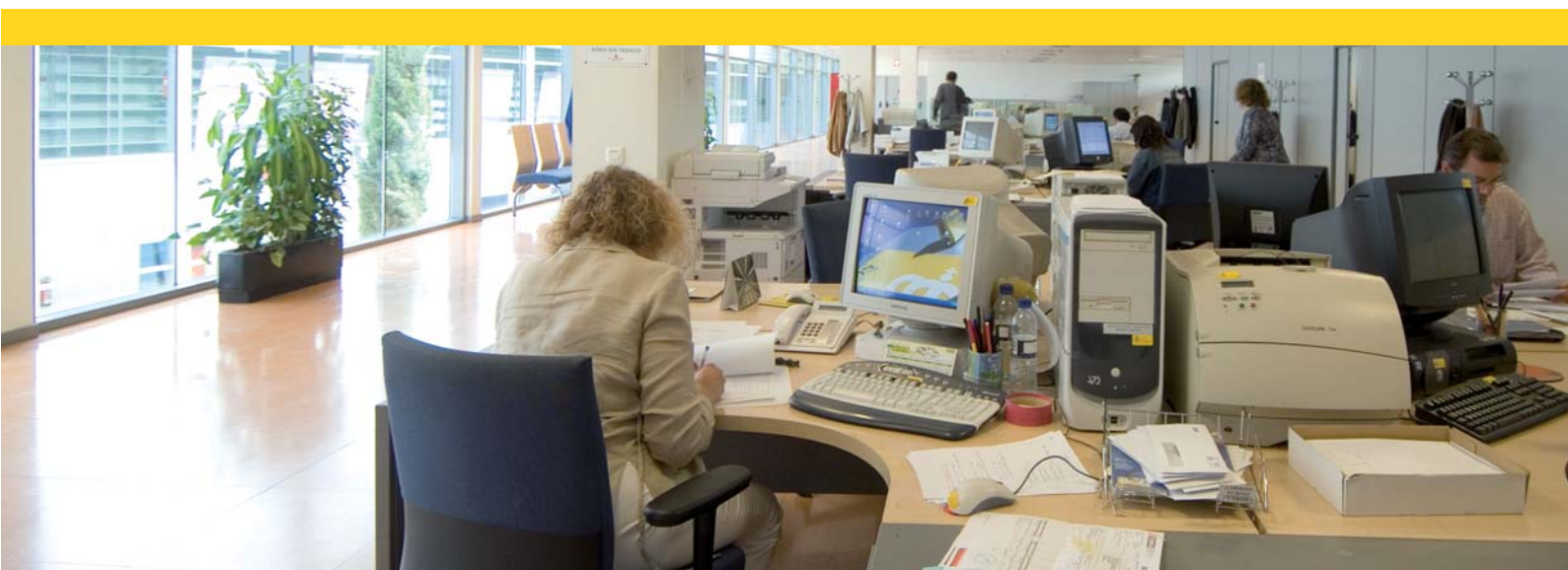
Además, la Sociedad Estatal tramitó 15,9 millones de giros, nacionales e internacionales, y 5,6 millones de productos telegráficos.

GIROS IMPUESTOS EN 2005

Nacionales	15.525.333
Ordinarios	14.613.103
Urgentes	912.230
Internacionales	339.229
Total	15.864.562

PRODUCTOS TELEGRÁFICOS ADMITIDOS EN 2005

Telegramas	2.663.555
Nacionales	2.651.943
Internacionales	11.612
Burofax	2.949.380
Nacionales	2.939.599
Internacionales	9.781
Total	5.612.935



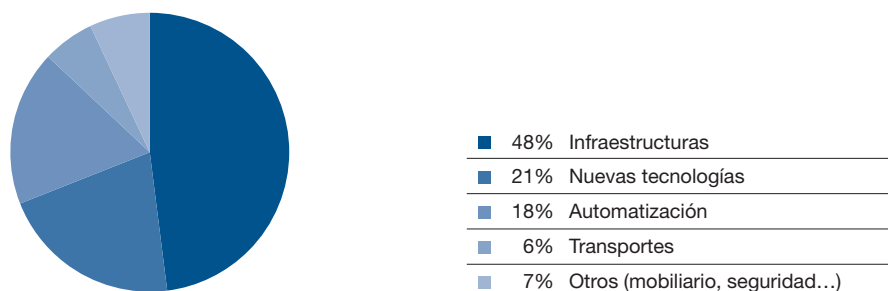


Inversiones

Correos invirtió 249,7 millones de euros en 2005. Si se excluyen las inversiones financieras, la cifra representa un 16% más que la ejecutada en 2004.

Debe destacarse el elevado nivel de ejecución de las inversiones reales presupuestadas inicialmente, que ascendió al 94,4%, fruto de una planificación minuciosa y un seguimiento de los proyectos, así como del compromiso y apoyo para dotar a la empresa de infraestructuras, de equipamiento y de tecnología punta en automatización e información.

DISTRIBUCIÓN DE LAS INVERSIONES REALES



Cerca de la mitad de la inversión se destinó a infraestructuras. Esta partida incluyó numerosas actuaciones orientadas a cumplir los objetivos de mejorar la accesibilidad, modernizar e incrementar la funcionalidad de los centros de trabajo, desarrollar las nuevas oficinas multiservicio y extender el nuevo modelo de cartería.

La innovación y la incorporación de las más modernas tecnologías a los procesos y a la gestión postal, como factores clave para aumentar la competitividad empresarial, constituyó la segunda partida en cuanto a volumen de inversión, seguida de la automatización destinada a programas para mejorar la calidad y la eficiencia del servicio postal que presta Correos.



CALIDAD

La calidad es uno de los pilares estratégicos de Correos, que la ha asumido como una máxima de actuación aplicable a todas las áreas de actividad y en todas las fases de la cadena postal. Por ello, alcanzar la calidad con eficiencia ha sido el objetivo último que ha inspirado todas las acciones de la Sociedad Estatal en 2005.

Planes de calidad

El objetivo de mejora continua de la calidad, tanto de distribución de la correspondencia como de atención al público, se plasmó en el Plan General de Calidad, programa integral plurianual que consta a su vez de dos proyectos: el de Calidad en el Reparto y el de Accesibilidad a la Red Postal.

El primero de ellos, el Plan de Calidad en el Reparto, pretende actuar sobre aquellos elementos que repercuten en la calidad de la distribución de la correspondencia, desde su entrada en el circuito postal hasta el retorno de información al cliente.

Por su parte, el Plan de Accesibilidad comprende la reordenación de la red de oficinas, la ampliación de los horarios de apertura, la eliminación de barreras arquitectónicas y la actualización de la oferta, actuaciones que reforzarán la disponibilidad de los servicios postales para toda la población. En este marco, se incrementará la presencia de Correos en áreas de gran demanda como centros comerciales, nudos de comunicación y polígonos industriales, así como en el ámbito urbano, donde el objetivo es que el 95% de la población tenga un establecimiento postal a no más de 15 minutos a pie.



Calidad en la entrega

La prestación del servicio universal requiere el cumplimiento de unos plazos medios de expedición, medidos según la fórmula D+n, en la que “D” representa la fecha de depósito y “n” el número de días laborables que transcurren desde ese momento hasta la entrega al destinatario, u otro instante del proceso postal en el que se finalice la medición.

Correos mide el plazo de entrega de los envíos postales a través de diversos procedimientos, tanto internos como externos. El más consolidado es el denominado de Auditoría Interna, que evalúa la calidad de los envíos domésticos en el tramo comprendido entre el matasellado y la salida al reparto. Es una medición basada en una muestra muy amplia, realizada en la mayoría de las poblaciones y que permite hacer comparaciones históricas. Según los datos de 2005, la mayoría de los productos obtuvieron mejoras en cuanto a plazo de entrega.

CALIDAD EN PRODUCTOS NACIONALES (AUDITORÍA INTERNA)

			2004	2005
	Plazo	Producto		
SERVICIO POSTAL UNIVERSAL	D+1	Carta ordinaria	78,0	80,3
	D+3	Giro ordinario	91,0	94,7
	D+2	Carta certificada	87,0	88,8
	D+3	Paquete azul	66,4	68,8
	D+1	Telegrama	71,5	93,0
	D+1	Giro urgente	84,4	94,6
	D+1	Burofax	69,6	94,5
	D+1	Carta urgente	91,9	91,7
	D+1	Carta certificada urgente	92,1	92,8
	D+4	Publicorreo	82,4	81,5
	D+4	Paquete postal	45,1	47,8

Por otro lado, se lleva a cabo otro estudio, de carácter externo, denominado SPEX que testa la calidad de las cartas desde el depósito del envío hasta su entrega efectiva. Esta medición, que complementa la que Correos efectúa internamente, la realiza una consultora externa mediante el uso de panelistas. Al analizar la totalidad del proceso postal, SPEX ofrece unos resultados inferiores a los de la auditoría interna. En 2005, los datos de este sistema de medición fueron del 88,3% en D+3 en la línea básica.

La calidad de los envíos internacionales, por su parte, también se controla a través de la medición de diferentes tramos de la cadena postal. El sistema UNEX, basado en tecnología de radiofrecuencia y gestionado por International Post Corporation (IPC), permite conocer los plazos de entrega en D+1 del correo transfronterizo, tanto de importación (desde la entrada del envío en la oficina de cambio hasta su entrega al destinatario) como de exportación (desde que es depositado en cualquier punto de admisión hasta la oficina de cambio del país de destino). Según este método, en 2005 mejoraron los índices de entrega al día siguiente de los envíos de importación y de exportación.

CALIDAD EN PRODUCTOS INTERNACIONALES (D+1)

	2004	2005
Importación	79,7%	81,2%
Exportación	74,9%	75,1%

En lo referente a la calidad internacional *end to end*, es decir, desde su admisión en el país de origen hasta su entrega efectiva al destinatario, Correos cumplió nuevamente los objetivos de entrega del 85% de la correspondencia en D+3, establecidos por las Directivas postales europeas.

CALIDAD EN PRODUCTOS INTERNACIONALES (D+3)

	2004	2005
Importación	86,4%	86,1%
Exportación	92,6%	92,1%

La Sociedad Estatal va a continuar incorporando los avances tecnológicos y medios materiales necesarios para incrementar sus niveles de calidad de entrega y asegurar el cumplimiento de los plazos, tanto los establecidos en la normativa postal, en relación al servicio universal, como los demandados por el mercado.

En esa línea, en 2005 se inició un ambicioso proyecto para aplicar la tecnología de identificación por radiofrecuencia (RFID) en los tramos intermedios de la cadena postal, conforme a los estándares internacionales. Este plan ayudará a mejorar la calidad de todos los servicios, a optimizar la trazabilidad de los productos con mayor valor añadido, y a reforzar y complementar los demás sistemas de medición.

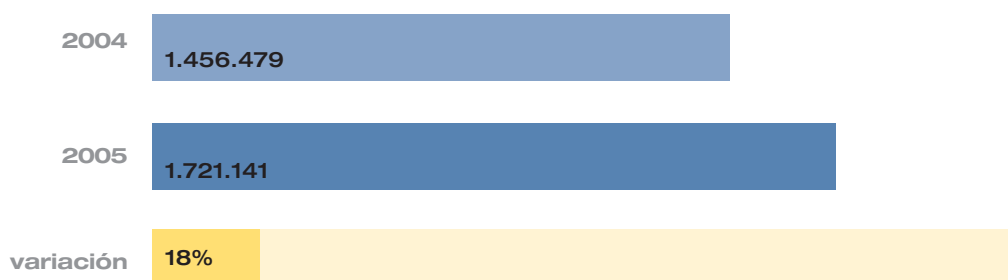
Tras la prueba que satisfactoriamente se realizó en el centro de Sant Cugat, en 2006 se extenderá a los 15 centros de tratamiento automatizado. Adicionalmente se podrán realizar controles puntuales en cualquier unidad o centro, para lo que se adquirirán sistemas RFID móviles.



Atención al cliente

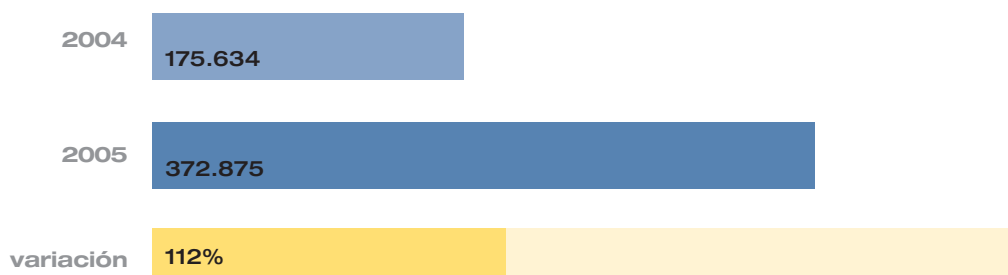
La adecuada prestación del servicio exige mantener una comunicación fluida con los destinatarios del mismo, tanto para conocer sus requerimientos como para responder a sus preguntas, sugerencias e incidencias. La Sociedad Estatal cuenta con diversos canales para la atención al cliente, entre los que destaca el teléfono 902 197 197, disponible las 24 horas del día, los 365 días del año.

LLAMADAS TOTALES ATENDIDAS POR EL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA



En 2005, se recibieron 1,7 millones de solicitudes de información, lo que representa un 18% de crecimiento respecto de 2004. Habida cuenta de que una parte importante de las consultas dirigidas a este teléfono se referían a cuestiones sencillas como direcciones, horarios de apertura al público o códigos postales, se optó por introducir una mayor automatización en el proceso, lo que mejoró y amplió la capacidad de atención al público, de forma que pudieron tramitarse por este nuevo sistema más del doble de llamadas que en el periodo anterior, exactamente el 112%.

LLAMADAS AUTOMATIZADAS ATENDIDAS POR EL CENTRO DE ATENCIÓN TELEFÓNICA

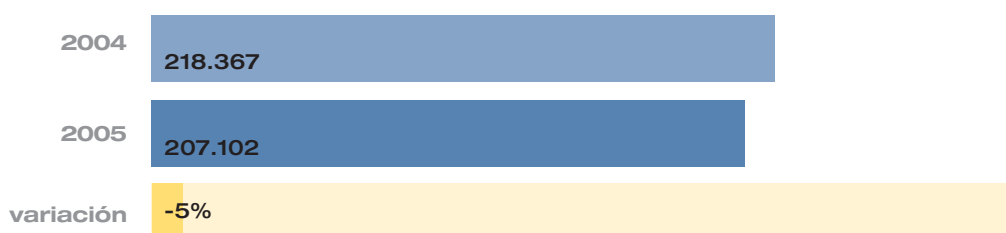


El pasado año se gestionaron de forma automatizada el 21,7% del total de las llamadas realizadas al teléfono de atención al cliente, frente al 12,1% del año anterior.

Quejas y reclamaciones

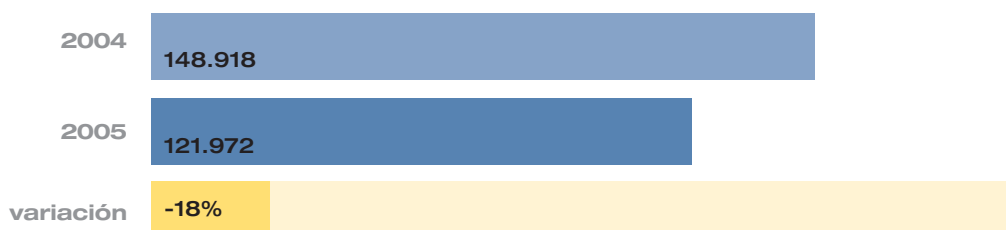
El sistema de quejas y reclamaciones tuvo por tercer año consecutivo una evolución satisfactoria, al descender la cifra total recibida un 5%. Relacionadas con el volumen de actividad, Correos gestionó 36,5 quejas y reclamaciones por cada millón de envíos distribuidos. Teniendo en cuenta el alto nivel de actividad de la empresa, el número de incidencias originadas fue poco significativo, aunque Correos analiza todas las recibidas como elemento de mejora continua.

QUEJAS Y RECLAMACIONES



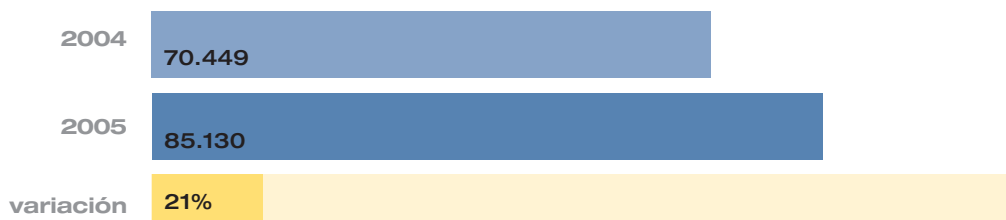
Las reclamaciones nacionales—referidas a productos y servicios que son susceptibles de indemnización—registraron un descenso interanual del 18%. Los avances introducidos en la trazabilidad de los envíos ayudaron a reducir su número, ya que muchas de ellas pasaron a ser meras consultas a las que se dio respuesta en el mismo momento de su formulación.

RECLAMACIONES NACIONALES



La evolución de las quejas, por su parte, mostró una tendencia diferente, ya que su número creció un 21% en relación a las recibidas en 2004. Dicho incremento respondió, en parte, a la movilidad laboral producida por el proceso de consolidación de empleo, que exigió mayores esfuerzos de adaptación de los empleados recién incorporados a sus nuevos destinos. También influyó la necesidad de reajustar permanentemente la plantilla a las exigencias de cobertura geográfica derivadas de la obligación de prestar el servicio postal universal.

QUEJAS





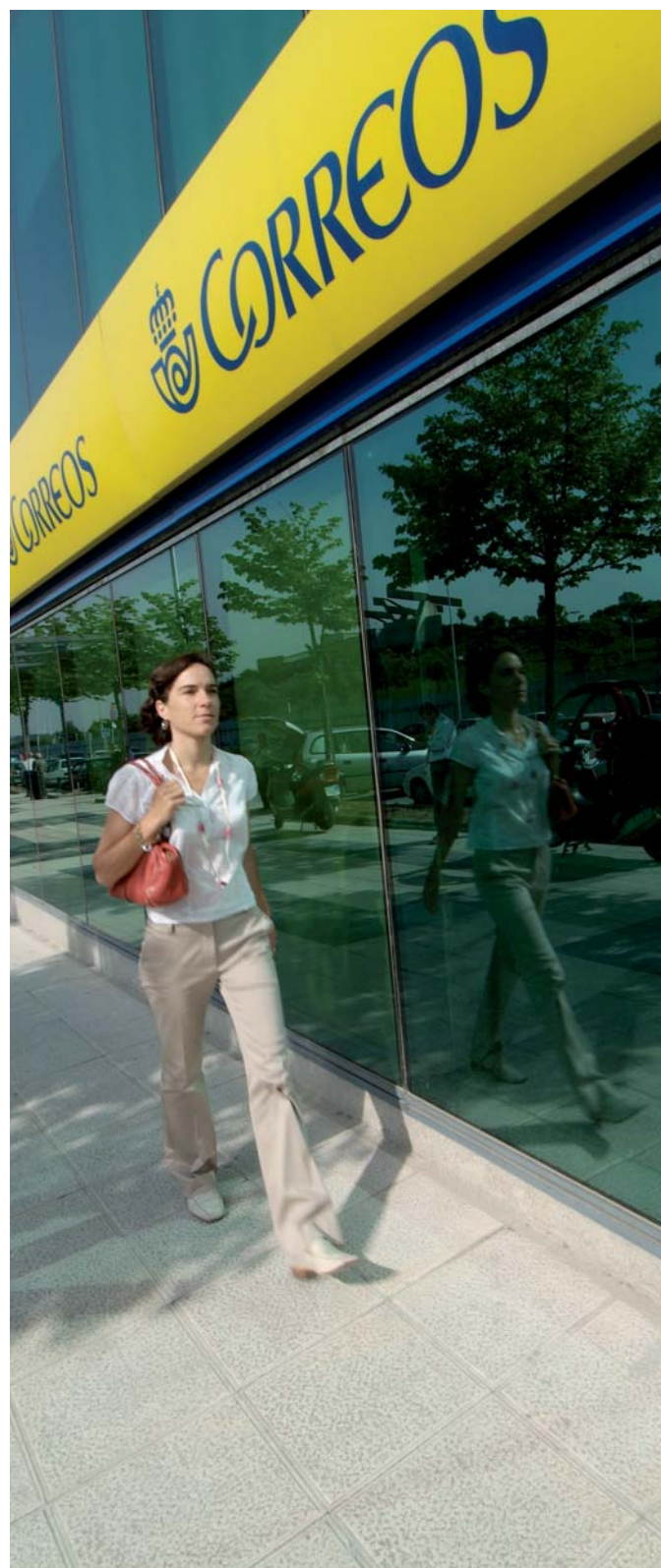
En cuanto a las mejoras realizadas en la gestión, destacar que el sistema de quejas fue integrado en una nueva aplicación informática que permitió unificar la información que sobre las mismas originan las oficinas, las jefaturas provinciales y la unidad de atención telefónica. Desde entonces, es posible acceder a todo el proceso de tramitación, en todo momento y desde cualquier ubicación, notificando a los usuarios de su estado de manera inmediata y agilizando su resolución.

Satisfacción del cliente

El Índice de Satisfacción del Cliente es una herramienta que Correos utiliza periódicamente para medir la percepción que tienen los usuarios sobre los productos y servicios que presta, así como sus niveles de satisfacción con los mismos. En 2005, la puntuación obtenida siguió la tendencia al alza que se viene produciendo de manera permanente, al alcanzar una nota media de 7,07 puntos, lo que supone un crecimiento del 4,1%. Esta puntuación, que sólo obtienen las empresas líderes de otros sectores, revela que tanto ciudadanos como empresas constataron un aumento de la calidad y fiabilidad del servicio que presta Correos, y reconocieron la eficiencia y el trato recibido por parte de sus empleados.

Cabe destacar la puntuación obtenida por el servicio de envío de dinero, con 7,49 puntos, un 5% más que el pasado ejercicio. También mejoraron las otorgadas a la correspondencia y a la paquetería no urgente, que se incrementaron en ambos casos un 6,3%. Por segmentos, tanto grandes clientes como particulares dieron a Correos una puntuación por encima de los 7 puntos, aumentando en un 4,4% y un 1,9%, respectivamente, las valoraciones de 2004.

Esta muestra corrobora la realizada por el barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Por segunda ocasión, la Sociedad Estatal volvió a ser el servicio público mejor valorado y más eficaz, según opinaron dos de cada tres ciudadanos.



Mejorar actividades y procesos

La certificación es uno de los instrumentos más reconocidos para evaluar la evolución de las actividades y procesos, a través del seguimiento y homogeneización de las acciones de mejora. En este contexto, en 2005 Correos obtuvo la certificación ISO 9001:2000, conforme a las acreditaciones ENAC y UKAS, para el proceso de entrega de envíos ordinarios y registrados en la red de oficinas, lo que constituyó un hecho muy relevante por la magnitud de centros certificados: 1.798.

Por otra parte, la red de oficinas de Correos mantiene el modelo de gestión de calidad EFQM como marco de referencia con el que avanzar en la mejora continua. Además, cuenta con un sistema de reconocimiento mediante dos instrumentos: el *Club de los 300*, integrado por los establecimientos que han obtenido 300 o más puntos en la auditoría interna realizada mediante la herramienta Audinter.Uno; y el *Premio a la Oficina Excelente*, galardón al que aspiran anualmente las cinco oficinas con mejor calificación en el mencionado *Club de los 300*.

Las unidades de reparto también tienen su propio plan de reconocimiento, el *Premio Hermes*, que anualmente distingue a las carterías con mejores resultados, prácticas de gestión y calidad de servicio. A la convocatoria de 2005 se presentaron 74 centros distribuidos en dos categorías: unidades de reparto ordinario y de servicios especiales.

Correos fomenta, por último, la participación de sus empleados en proyectos de innovación, bajo la concepción de que quienes mejor conocen la operativa postal son los más adecuados para proponer soluciones. Con esta filosofía surgieron los *equipos de mejora*, formados por trabajadores de igual o diferente especialidad que voluntariamente elaboran propuestas para optimizar procesos concretos de su ámbito de trabajo a fin de que sean posteriormente implantadas. El año pasado 32 grupos participaron en dicho programa.





INNOVACIÓN

Correos está destinando gran parte de su esfuerzo inversor en la renovación de sus infraestructuras informáticas y en el desarrollo de proyectos de innovación que permitan rentabilizar las oportunidades de negocio que ofrece el entorno electrónico. Para los próximos años, uno de los pilares fundamentales de su estrategia continuará siendo la apuesta inequívoca por la tecnología de la información y las comunicaciones.

El Proyecto INTEGRA

Desde el pasado ejercicio la Sociedad Estatal está comprometida con la materialización de un plan global de modernización tecnológica muy ambicioso, denominado Proyecto INTEGRA. El programa implica la implantación de una plataforma unificada e integrada de gestión que reemplazará a las múltiples aplicaciones informáticas actuales. Con él, se equiparan las infraestructuras de información de Correos a las más avanzadas del mercado.

Entre las mejoras derivadas de su aplicación destacan la mayor automatización de funciones; la existencia de un sistema de información común que evitará duplicidades y facilitará la toma de decisiones y la rápida disponibilidad de datos de gestión y control; una visión única de los clientes, proveedores y empleados, sobre los que se dispondrá de información relevante; la homogeneización de los procesos de trabajo, que incrementará la eficiencia, y la interoperabilidad para el soporte de procesos horizontales.

El Proyecto INTEGRA se desarrollará en varias etapas, entre 2005 y 2008, e incluirá un extenso programa de capacitación interno. Aportará a la organización un completo mapa de sistemas, mediante actuaciones centradas fundamentalmente en dos ámbitos, las infraestructuras tecnológicas y los sistemas de información de la empresa.



La primera fase consistió en la ampliación y mejora de la plataforma tecnológica corporativa, con el diseño e implantación gradual de una nueva arquitectura central que ha multiplicado por veinte la capacidad de procesamiento de Correos. Basada en estándares tecnológicos, soportará las necesidades actuales y futuras de negocio gracias a su escalabilidad de crecimiento y a su mayor eficacia.

Del mismo modo, se habilitó una nueva red de telecomunicaciones, ampliando en cuatro veces su capacidad, con soluciones informáticas que satisfagan los requerimientos empresariales en los próximos años. El propósito era dotar a la organización de una red con calidad de servicio garantizada, que mejore las comunicaciones informáticas entre unidades, permita generar nuevos servicios de valor añadido e incorporar tecnologías inalámbricas y dispositivos móviles adicionales.

Su implantación, por tanto, aporta avances en las comunicaciones de voz y datos, nuevos enlaces directos entre los centros de trabajo y los sistemas centrales, el incremento de la capacidad de acceso a Internet y una mayor seguridad. La gestión de la misma fue asignada a la filial Correos Telecom.

También se procedió a la renovación de la microinformática, con la estandarización de 15.000 puestos de usuarios, es decir, el 87% del total, así como una serie de iniciativas incluidas en el Plan Director de Seguridad 2005, referidas a la normalización y fortificación de sistemas y la segmentación de redes.

Otras actuaciones

En el marco general de modernización tecnológica que inspira el Proyecto INTEGRA, Correos amplió y mejoró otras herramientas de gestión interna. En el área de recursos humanos, se desplegó el sistema RHUNID en más de 3.500 unidades, destinado a facilitar a los responsables de unidades, niveles intermedios y directivos todo el procedimiento de administración laboral.

Otro importante elemento de soporte fue el nuevo Sistema de Información Estadística, puesto en funcionamiento mediante su incorporación progresiva a los diferentes sistemas productivos, ampliando las posibilidades de difusión y manejo de datos estratégicos de la compañía.





ACTIVIDAD COMERCIAL

Los clientes se expanden a nivel global y requieren de “aliados” que sean capaces de proporcionarles el servicio eficiente que necesitan, en cualquier momento, en cualquier lugar y por el canal de su elección, y que estén preparados tecnológicamente para integrarse en su cadena de suministro. En definitiva, los clientes exigen soluciones integrales y a la vez adaptadas a sus requerimientos concretos. Por ello, la Sociedad Estatal ofrece una cartera de productos cada vez más individualizada y flexible, con mayores valores añadidos que incorporan las últimas innovaciones del mercado.

Nueva oferta

Correos profundizó en la definición de su cartera atendiendo a la tipología de los clientes. La estructuración de la oferta, organizada en dos categorías, una para envíos personales y otra para negocios y organismos públicos, se trasladó en 2005 a la oficina postal *online*.

La cartera comercial se renovó en 2005 con nuevos servicios. Junto a nuevos productos electrónicos ó financieros, la oferta se amplió con la implantación del localizador de envíos en la web. Esta herramienta permite solicitar a través del correo electrónico y disponer *vía online* de información sobre la situación de los productos postales registrados, identificados mediante códigos de barras.

Como resultado de la reingeniería aplicada a productos existentes, se puso en marcha el reembolso electrónico, al que se añadieron nuevos valores orientados principalmente a los segmentos de venta por correo y comercio electrónico. Este producto posibilita a los clientes simplificar la documentación necesaria para la entrega y cobro seguro de sus envíos y agiliza el retorno de la información asociada a las diversas fases, facilitando la gestión integral de su proceso de venta.

El servicio de normalización y corrección de las bases de datos de direcciones postales internacionales fue otra novedad implantada, muy útil para las empresas generadoras de grandes volúmenes de correspondencia.

El pasado año comenzó a comercializarse una nueva variante de envío de dinero, el giro inmediato, que registró una excelente acogida en los primeros meses. Esta modalidad, diseñada para que particulares y *pymes* realicen transferencias monetarias nacionales, amplía la accesibilidad de los servicios postales ya que permite al destinatario disponer del importe girado de manera inmediata en cualquiera de las 1.987 oficinas postales.

Los grandes clientes emisores de notificaciones dispusieron también de un servicio de digitalización que ofrece la posibilidad de almacenar electrónicamente los acuses de recibo de esta tipología de envíos registrados.

La cartera de productos prepagados se amplió, al incorporarse una nueva gama de paquetería y correspondencia nacional certificada y de paquetería internacional, especialmente destinada a atender al colectivo de inmigrantes.

Política tarifaria

El esquema tarifario de Correos se modificó el 1 de enero de 2005 actualizando algunos precios, quedando fijado el del envío básico de hasta 20 gramos en 0,28 euros, con un incremento de un céntimo.

Correos continúa teniendo una de las tarifas postales básicas más baratas de la Unión Europea, incluso inferior a la de algunos Estados Miembros de más reciente incorporación, siendo un exponente de la asequibilidad de todos los ciudadanos al servicio postal universal.

Acciones promocionales

El pasado año la empresa llevó a cabo una campaña publicitaria cuyo objetivo fue, además de difundir la imagen de marca, dar a conocer la apuesta y el compromiso de Correos con la calidad de su servicio. El referente básico de la acción de comunicación fue el mencionado compromiso, soportado en tres ideas: eficiencia empresarial como garantía para prestar un servicio de calidad; orientación a la satisfacción de las necesidades de los clientes; y apuesta por las nuevas tecnologías de la comunicación. La campaña se realizó a través de medios masivos, como televisión, radio, prensa e Internet.

Por otro lado, como la evolución de la cartera de productos y servicios postales está estrechamente ligada a las necesidades de empresas e instituciones, Correos está atenta a las novedades que se producen en todos los sectores económicos, de manera especial en aquellos que demandan soluciones de comunicación masiva, de venta a distancia o de comercio electrónico. Por eso, la empresa participa de forma activa en aquellos foros donde puede conocer dichos requerimientos y presentar sus soluciones, como el VII Salón Internacional de la Logística ó el XXV Congreso Anual del Marketing Directo y Comercio electrónico (Concentra), donde fue patrocinador de los Premios Imán que otorga la Federación Española de Comercio Electrónico y Marketing Directo (FECEMD).

TARIFAS BÁSICAS DE OPERADORES POSTALES EUROPEOS

Precio
EN EUROS

Noruega	0,72
Finlandia	0,65
Suiza	0,65
Dinamarca	0,60
Suecia	0,60
Italia	0,60
Austria	0,55
Alemania	0,55
Francia	0,53
Luxemburgo	0,50
Bélgica	0,50
Grecia	0,49
Irlanda	0,48
Portugal	0,45
Reino Unido	0,44
Polonia	0,44
Holanda	0,39
Eslovaquia	0,37
Hungría	0,36
Chipre	0,34
Lituania	0,29
Estonia	0,28
España	0,28
República Checa	0,23
Letonia	0,23
Eslovenia	0,20
Malta	0,16

Datos de enero de 2005



RECURSOS HUMANOS

El factor humano tiene una importancia relevante en todas las empresas, especialmente en aquellas que son intensivas en mano de obra, como Correos, que actualmente es la primera empleadora del país. La labor de los trabajadores es, además, fundamental para alcanzar los niveles de la calidad real y percibida por los clientes y usuarios.

Por eso, la política de Correos en materia de recursos humanos es una de las prioridades en su estrategia global, incluyendo programas y acciones orientados a la formación y capacitación continua, al desarrollo profesional, al empleo estable y de calidad y, en general, a la necesaria implicación de los trabajadores en los objetivos corporativos.

EMPLEADOS*

	2004	2005
Funcionarios	37.718	35.549
Laborales	26.061	29.360
Total	63.779	64.909

* Media acumulada a 31 de diciembre de 2005. Excluida la contratación por elecciones.

La Sociedad Estatal contaba en 2005 con una media de 64.909 empleados, cifra a la que habría que añadir los contratados para cubrir las necesidades generadas por la colaboración de Correos en los procesos electorales que se celebraron durante el año (equivalentes a 143 efectivos/año).

Del total de efectivos, el 54,8% eran funcionarios y el 45,2% laborales, una relación que progresivamente se va invirtiendo desde la constitución de Correos como sociedad anónima, momento a partir del cual todo el personal de nuevo ingreso lo es en régimen laboral.

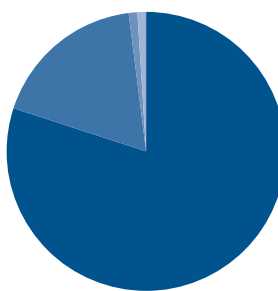
EFFECTIVOS POR ÁREAS DE ACTIVIDAD

Direcciones corporativas y unidades de apoyo	780	1,2%
Unidades de negocio	64.129	98,8%
División de Correo	51.528	
División de Oficinas	11.856	
Unidad Internacional	663	
Servicio de Filatelia	82	
Total	64.909	



La División de Correo concentra la mayor parte del empleo con cerca del 80% del total; le sigue la División de Oficinas, con más del 18% de los empleados, estando el resto destinados a otras unidades de negocio y a funciones de apoyo corporativo.

EFFECTIVOS POR UNIDADES DE NEGOCIO



■ 80%	División de Correo
■ 18%	División de Oficinas
■ 1%	Otras unidades
■ 1%	Direcciones corporativas y de apoyo

Nuevos compromisos para el desarrollo de la empresa y de los trabajadores

Correos y los sindicatos CC OO y CSI-CSIF, rubricaron el 10 de junio de 2005, el tercer y último desarrollo del Acuerdo General de 18 de diciembre de 2002, orientado a garantizar un servicio público de calidad, mejorar las condiciones de trabajo de quienes lo hacen posible y fortalecer la empresa.

Con este acuerdo se dio un impulso definitivo a la nueva regulación interna, al incluir importantes compromisos, entre otros los relativos a selección, ingreso y promoción interna.

En materia de selección e ingreso, se apostó por la estabilidad laboral, el tratamiento integral del empleo y los sistemas objetivos y transparentes para acceder a los puestos de trabajo, creándose Bolsas de Contratación Temporal constituidas previa convocatoria pública y baremación de los méritos de los aspirantes. A la convocatoria de constitución de las bolsas de Trabajo Temporal se presentaron 214.801 aspirantes.

Los compromisos sobre promoción profesional alcanzaron a los mandos intermedios en distribución, puestos en los que se eliminará la provisionalidad. Se adoptaron también acuerdos relacionados con reajustes locales, de los que se establecieron dos al año; excedencias voluntarias incentivadas o movilidad interministerial.



Consolidación de empleo y traslados

El año pasado culminó el proceso de consolidación de empleo, con la incorporación con carácter permanente de 1.700 personas a puestos de reparto y de agente/clasificador. En los dos últimos años, 10.000 puestos de trabajo eventuales se han convertido en fijos.

En relación al concurso de traslados, que se realiza de forma permanente, en el año 2005 se produjeron siete adjudicaciones de nuevos destinos, a través de las cuales 3.300 trabajadores lograron su objetivo de movilidad geográfica o funcional.

Formación

ACTUACIONES DE FORMACIÓN EN 2005

	Online	Otras ⁽¹⁾	Total
Número de cursos	33	420	453
Asistentes	18.581	48.694	67.275
Horas de formación	360.525	480.413	840.938

(1) Incluye formación presencial, a distancia y mixta

Dentro de la oferta de formación continua, el Plan 2005 incluyó la celebración de 453 cursos, con más de 67.000 asistentes repartidos en 5.862 grupos. Los programas formativos contribuyeron a perfeccionar los conocimientos técnicos y las habilidades específicas requeridas en los distintos puestos de trabajo, a impulsar la orientación al cliente y a fomentar el aprovechamiento de las ventajas aportadas por las nuevas tecnologías. Los empleados valoraron con una puntuación superior a los 8 puntos sobre 10 la calidad de esta formación.

Como en años precedentes, Correos apostó por el *e-learning*, modalidad que se está consolidando con fuerza en la empresa, de forma que representó el 11,5% del total de acciones formativas impartidas y el 27,6% de los participantes. Su versatilidad y flexibilidad permiten ofrecer una formación igualitaria a todos los empleados, sea cual sea su lugar de residencia.

A partir de ahora, además, los trabajadores dispondrán de más de 4.000 nuevos puntos de acceso público a Internet desde donde podrán realizar *vía online* los cursos programados por la Sociedad Estatal. Esta acción se enmarca dentro del acuerdo de colaboración que Correos firmó con Red.es, entidad para el fomento y desarrollo de la Sociedad de la Información, que permitirá a todos los empleados que residan en zonas cubiertas por las redes de telecentros acceder a los programas de formación de la empresa.



Plan de pensiones

Correos tiene establecido un plan de pensiones de aportación definida para complementar las prestaciones a favor de sus empleados. Conforme a su Reglamento, la empresa contribuye en cada ejercicio con un mínimo del 0,5% de la masa salarial del ejercicio, porcentaje que superó el pasado año al aportar 12.212.000 euros.

PLAN DE PENSIONES

	2004	2005
Número de participantes	34.452	37.292
Aportación anual de Correos*	11.717.811	12.212.000
Patrimonio del fondo*	57.795.137	78.049.822

* En euros

Desde su creación, el patrimonio del fondo ha alcanzado 78.049.822 euros. La cuantía global de lo aportado por la Sociedad Estatal ha sido de 44.654.000 euros y sus participantes, a 31 de diciembre de 2005, ascendieron a 37.292 empleados.



RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Correos tiene el compromiso de que su actuación empresarial contribuya a construir un entorno más amigable y solidario, en particular para los más desfavorecidos. Por esta razón, su estrategia ha incorporado un Plan de Responsabilidad Social Corporativa que, además de inspirar su gestión empresarial, es una aportación a la mejora del bienestar social.

Desde el 1 de enero de 2005 la Sociedad Estatal cuenta con un Código de Conducta, en el que reconoce que sus intereses, los de sus empleados y los de la sociedad se someten al riguroso cumplimiento de las obligaciones de conducta ética y de las leyes; contiene los valores de referencia e incluye los principios generales que rigen todas las actuaciones empresariales, que son de obligada aplicación por todos sus trabajadores. Igualmente establece un conjunto de normas de actuación para los directivos y cuadros medios que están sujetos al mismo.

Correos con la infancia

Los niños son uno de los destinatarios primordiales del Plan de Responsabilidad Social Corporativa de la Sociedad Estatal. El programa "Correos Reparte Sonrisas a los Niños" nació con el fin de promover la mejora y calidad de vida de pequeños hospitalizados por enfermedades graves a través de la metodología de la risoterapia. El pasado año se amplió para atender también a niños con discapacidades o hijos de inmigrantes que necesitan refuerzo psicológico y emocional.

El plan se desarrolla a través de tres acciones realizadas conjuntamente con Payasos sin Fronteras y seis ONGs de asistencia hospitalaria, a los que el pasado año se incorporaron cuatro entidades más, especializadas en la acogida o en la educación especial.

En 2005 se celebraron 34 espectáculos festivos en hospitales y centros de educación especial, en los que 3.903 niños y más 7.800 familiares disfrutaron de la presencia de artistas de la magia y el humor, deportistas de élite y personajes populares en el mundo infantil. Se realizaron además 15 talleres de formación lúdico-educativa para voluntarios, personal sanitario y docente. Continuó realizándose también el intercambio de cartas de contenido humorístico o pasatiempos entre escolares y enfermos, en el que participaron alrededor de 1.300 centros escolares con más de 355.000 cartas.

La campaña de "Recogida de material de escritura para niños del mundo", en colaboración con UNICEF, tiene como finalidad recolectar lapiceros, bolígrafos, cuadernos y otros elementos destinados a programas de escolarización en países en vías de desarrollo. Un año más, las oficinas de Correos participaron en la recogida de 121.000 kilos de material de escritura que tendrán como destino colegios de El Salvador.

La Sociedad Estatal colabora en la campaña "Un juguete, una ilusión", organizada por Radio Nacional de España y la Fundación Crecer Jugando. Su participación consiste en la venta de juguetes a través de la red de establecimientos postales, aprovechando su capilaridad en todo el territorio. En 2005, el proyecto logró vender 400.000 peonzas y recaudó 1,4 millones de euros, que se destinarán a la fabricación de juguetes para más de 240.000 niños de países del Tercer Mundo. Además, el creciente éxito de los dos últimos años facultará la dotación de ludotecas a escuelas, hospitales y otros centros de atención infantil.

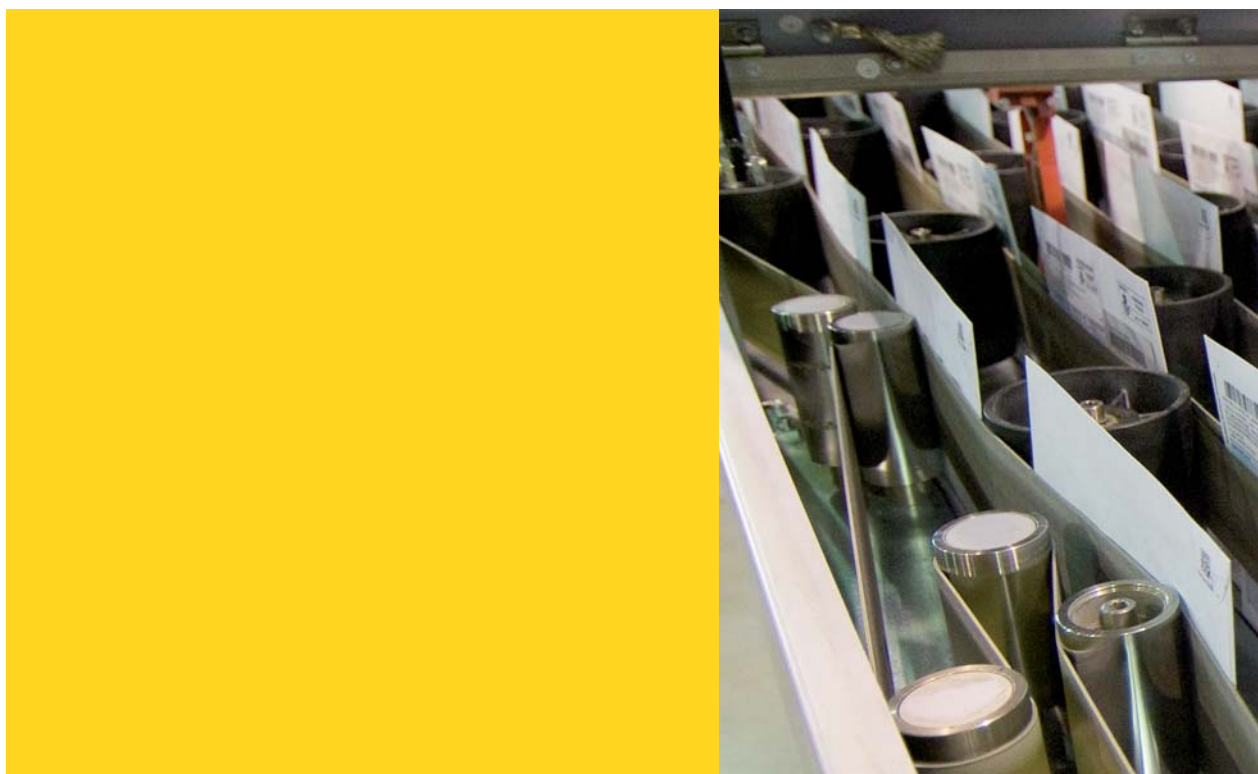
Correos con los inmigrantes

La presencia creciente de población inmigrante en España es una realidad a la que Correos no es ajeno. Además de crear productos y servicios específicos para los ciudadanos de otros países que han decidido iniciar una nueva vida en España, la Sociedad Estatal dispone de planes solidarios orientados a favorecer su integración.

“Correos: De la A-Z para inmigrantes” es un programa que, en colaboración con Cruz Roja Española y el Fondo Social Europeo, trata de mejorar la inserción laboral de personas inmigrantes mediante la formación en competencias lingüísticas y habilidades sociales.

En julio del pasado año, Correos patrocinó el “III Mundialito de la inmigración y la solidaridad”, evento multicultural que nació con la vocación de promover la integración en España de distintos colectivos de inmigrantes a través del deporte. En la edición pasada participaron 21 selecciones, entre las que resultó ganadora la de Ecuador, cuyos integrantes recibieron becas de formación profesional e informática y un viaje a su país de origen.

Bajo el lema “Ésta es mi gente en España”, Correos y Western Union organizaron el I Concurso Fotográfico, pensado para que los extranjeros que trabajan en España mostraran a través de una imagen cómo es su vida en este país. Posteriormente, se organizó una exposición itinerante en las sedes de Correos en Madrid, Barcelona y Valencia, en la que se exhibieron un total de 69 fotografías de las 2.000 presentadas.





Otros programas solidarios

La Sociedad Estatal pone sus 1.987 oficinas postales a disposición de diversas organizaciones para la comercialización de diferentes productos, cuyos ingresos financian programas humanitarios destinados a colectivos desfavorecidos. Así, colabora con UNICEF en la venta de tarjetas navideñas y de boletos de lotería, y con Cruz Roja Española en las campañas del "Sorteo del Oro". Además, Correos Online brinda a sus usuarios la posibilidad de adquirir "postales solidarias" de Médicos sin Fronteras y de ACNUR, gracias a un acuerdo por el que cede parte de los beneficios generados por las ventas.

Correos actúa igualmente en favor de la inserción laboral de personas con minusvalías físicas o psíquicas contratando los servicios de organizaciones que emplean a discapacitados y revierten sus beneficios en nuevos puestos de trabajo, como el Centro de Negocios Ocón, la Fundación Gil Gayarre o la Fundación Carmen Pardo-Valcarce. Con esta última mantiene una relación de colaboración a partir de la cuál, jóvenes de la organización trabajan en el taller de clasificación, lavado y reparación de materiales utilizados en las operaciones postales. Además desde 2005 participan en el taller de filatelia, donde preparan los envíos que, con motivo del primer día de emisión, se remiten a los coleccionistas abonados al servicio filatélico.

El pasado año se firmó un acuerdo con ONCE encaminado a fomentar la normalización de los discapacitados visuales a través de la colaboración en el XXII Concurso Escolar de dibujo que se fallará en el 2006. El objetivo es invitar a los escolares entre 8 y 18 años a diseñar su propio sello solidario, en el que reflejen la labor que realiza la organización de invidentes. El compromiso de Correos consiste en la posterior edición de un sello con el dibujo ganador para su comercialización.

En el capítulo de protección medioambiental, la empresa cuenta con el programa "Línea Verde", desarrollado en colaboración con la Fundación Bosques de la Tierra. Consiste en la oferta de sobres, cajas y embalajes ecológicos, de cuya comercialización se destina un porcentaje para apoyar la reforestación de los montes.

