



FILIALES DEL
GRUPO CORREOS

5



Ante el incremento de la competencia y los cambios en la demanda, y al igual que han hecho otros operadores postales, Correos comenzó hace años a diversificar sus actividades y posicionarse en otros mercados, garantizando nuevas fuentes de ingresos que atenúen la dependencia de su actividad tradicional.

La Sociedad Estatal ha avanzado así en la ampliación y especialización de su oferta de productos y servicios a través de sus tres filiales, que operan en sectores cercanos al postal. De esta forma, el Grupo Correos es capaz de responder a las exigencias de cada segmento con la flexibilidad, calidad e innovación necesarias.



5.1 CHRONOEXPRES

Chronoexpres es la compañía del Grupo Correos especializada en servicios nacionales e internacionales de paquetería exprés, segmento en el que cuenta con una sólida experiencia. Su estrategia está fundamentada en la calidad del servicio y la orientación al cliente, máximas que lo convierten en un referente del segmento de envíos urgentes.

El modelo de negocio de Chronoexpres está basado en una red propia de delegaciones distribuidas por todo el territorio nacional, que gozan de gran capacidad de respuesta operativa y de autonomía en la gestión.

A fin de cubrir las demandas del mercado, dispone de una cartera de productos con garantía de entrega en plazo fijado, entre los que se encuentran Chrono 10, Chrono 14 y Chrono 24; servicios de transporte urgente que incorporan valores complementarios para atender requerimientos especiales, como Multichrono; soluciones específicas para determinados sectores, como el de ópticas o valijas, o servicios transfronterizos, como Internacional Exprés e Internacional Estándar.



Chronoexpres

Chrono 10
Chrono 14
Chrono 24
Multichrono
Valijas
Servicios al sector óptico
Prepagados
Servicios internacionales



CHRONOEXPRES CUENTA CON 63 CENTROS LOGÍSTICOS Y MÁS DE 100.000 M² DE SUPERFICIE DE ALMACENAMIENTO

La filial dispone de una plantilla de 1.331 profesionales y de una estructura operativa formada por 63 centros logísticos, más de 100.000 m² de almacenes, 2.085 vehículos y 2.166 rutas de distribución y arrastres. Estos medios le proporcionan una de las presencias territoriales propias más extensas de España y le permiten llegar diariamente a más de 8.100 municipios.



Recursos

Empleados	1.331
Centros de operaciones	63
Rutas de distribución	2.166
Vehículos	2.085

Para atender las necesidades de internacionalización de sus clientes, Chronoexpres pone a su disposición las mejores redes de distribución mundial gracias a los acuerdos que mantiene con la firma estadounidense FedEx o la europea GLS. La consolidación de las alianzas y la mejora de los sistemas de integración con dichos socios permiten a Chronoexpres suministrar un servicio expres de alcance internacional con altos niveles de calidad.

**EL VOLUMEN DE ENVÍOS
CRECIÓ UN 13,3% Y LOS
INGRESOS, UN 8,2%**



RESULTADOS

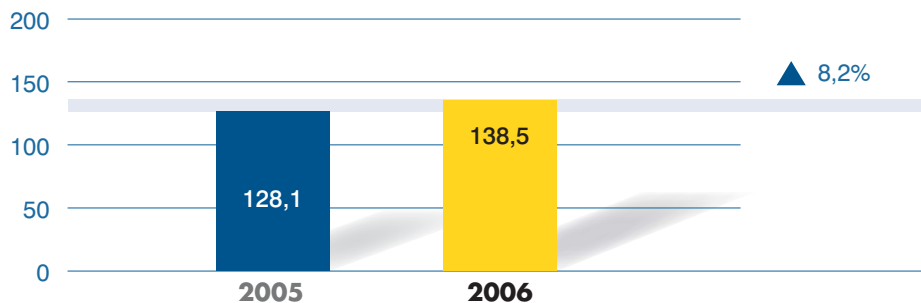
Muchas de las acciones desarrolladas en 2006 se enmarcaron en el plan de saneamiento que la compañía ha venido aplicando en los últimos años. Los ejes fundamentales del mismo son seis: orientación del negocio al segmento urgente, calidad del servicio como elemento diferenciador, rentabilidad, mejora de la eficiencia de la red, perfeccionamiento de los sistemas de control interno y obtención de sinergias con el Grupo.

La aplicación coordinada de todas las acciones derivó en incrementos de la actividad y de los ingresos. Así, el número de envíos gestionados por Chronoexpres creció un 13,3%, mientras que las ventas alcanzaron 138,5 millones de euros, cantidad que superó en un 8,2% la obtenida en 2005.



Cifra neta de negocio

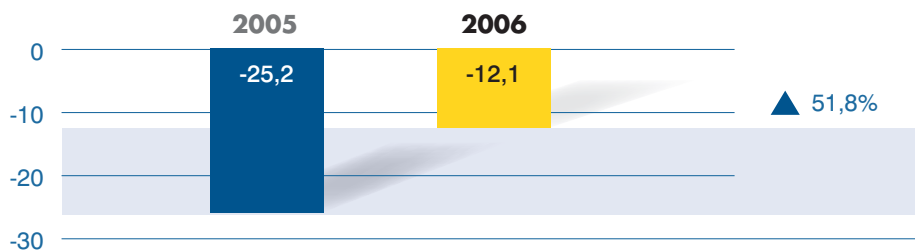
En millones de euros



El resultado de explotación, por su parte, siguió presentando cifras negativas (-12,1 millones de euros), aunque éstas se redujeron un 51,8% respecto del año precedente.

Resultado de explotación

En millones de euros

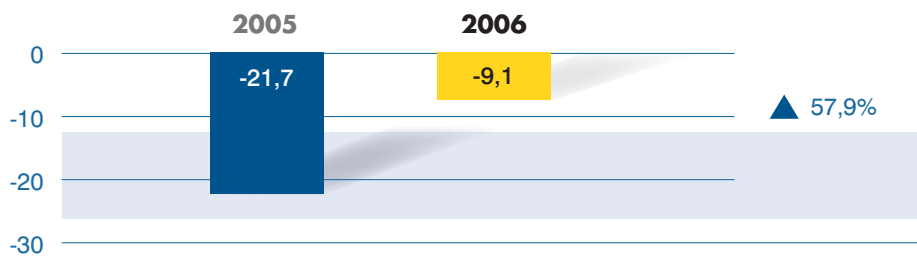


Teniendo en cuenta extraordinarios y provisiones, el resultado antes de impuestos fue de -9,1 millones de euros, cifra que refleja unas pérdidas sustancialmente inferiores a las de 2005 y que acerca a la empresa a su objetivo de alcanzar el equilibrio económico. Estos resultados fueron consecuencia de un incremento de más del 8% en las ventas y de una reducción del 1% en los gastos.



Resultado antes de impuestos

En millones de euros



ACCIONES EN LA RED Y EN LOS PROCESOS

Chronoexpres puso en marcha el pasado año un plan de normalización logística y modernización de las instalaciones, cuyo objetivo es optimizar los recursos de la compañía y mejorar la prestación del servicio.

La empresa automatizó las principales delegaciones y renovó su equipamiento tecnológico, reorganizó algunas rutas y reformó los centros de tránsito, con la consiguiente reducción de los tiempos de expedición de los envíos. En este marco, las delegaciones provinciales de Vizcaya y Álava se convirtieron en enclaves preferenciales para potenciar y redirigir los tránsitos de mercancías de la zona Norte.

La innovación tecnológica fue otro campo de actuación. Se desarrollaron nuevas aplicaciones destinadas a las áreas de reclamaciones y gestión de recogidas y se extendió el *track & trace* a las valijas bancarias como parte del objetivo estratégico de que todos los envíos sean monitorizados por los sistemas de información de Chronoexpres.

La reorganización de los procesos operativos emprendida en los últimos años se materializó en 2006 en la implantación de un sistema de gestión y control de recogidas, que anticipa la trazabilidad del envío al mismo momento en el que se efectúa su recogida.

También finalizó la dotación de terminales informáticos portátiles o PDAS a toda la red de conductores, de forma que todos los empleados del Grupo adscritos a los servicios urgentes disponen de unas herramientas que facilitan su labor, agilizan la distribución y aportan valor añadido a los clientes.

MEJORA CONTINUA INTEGRAL

Como en años anteriores, gran parte de las iniciativas desarrolladas se orientaron a incrementar la calidad de servicio, razón por la que se constituyó un Comité de Calidad y se identificaron y asignaron objetivos específicos en esta materia.

Como reflejo de su compromiso con la mejora continua, Chronoexpres renovó su certificación según la norma UNE-EN ISO 9001:2000. Los objetivos establecidos por la empresa en el marco ISO persiguen asegurar el cumplimiento de los compromisos de entrega, disminuir los tiempos de respuesta ante deficiencias del servicio, alcanzar un nivel de formación y competencia que asegure la participación activa del personal en la consecución de objetivos e incrementar el grado de información al cliente sobre el servicio prestado.

Todas las acciones implementadas propiciaron un aumento en los índices de calidad de 15 puntos porcentuales

**LOS ÍNDICES DE CALIDAD
AVANZARON 15 PUNTOS
PORCENTUALES**



FORMACIÓN

La redefinición de los procesos logísticos, los cambios tecnológicos y la orientación a la calidad del servicio exigieron ejecutar en 2006 un intenso plan de formación, que redundará en la eficiencia y en el control operativos, dando lugar a un incremento de la productividad. El programa comportó 153 acciones formativas, con 15.158 horas lectivas y cerca de 990 asistentes.

Formación

153 acciones
15.158 horas lectivas
990 asistentes



5.2 CORREO HÍBRIDO



Correo Híbrido es la filial especializada en la gestión integral de las comunicaciones masivas de empresas –facturas, extractos bancarios, cartas, *mailing* publicitarios u otros–, a las que garantiza ahorros de costes y ventajosos niveles de calidad. Su actividad, además, aporta notables sinergias al Grupo Correos.

La estrategia de Correo Híbrido se fundamenta en una amplia oferta de servicios adaptados a las necesidades de cada cliente, avalada por la aplicación a sus procesos de las más novedosas tecnologías. Disponibles 24 horas al día, todos los días del año, sus prestaciones incluyen transacciones electrónicas seguras, asesoramiento y diseño de documentos, ensobrado y clasificación de los envíos postales hasta su depósito en las instalaciones del operador postal público, responsable final de la entrega a los destinatarios en todo el territorio nacional.

Servicios de Correo Híbrido



Adicionalmente, la filial ofrece servicios de digitalización de documentos, su almacenamiento y custodia en imágenes; seguimiento de los envíos y soluciones de correo híbrido inverso.

Servicios electrónicos



Para desarrollar sus funciones y atender las demandas del mercado, Correo Híbrido dispone de 158 empleados, distribuidos en tres centros de trabajo que están dotados de las últimas tecnologías del sector. Con estos medios gestiona mensualmente 9,5 millones de sobres y 17 millones de páginas.

Recursos

	2005	2006
Empleados	141	158
Centros operaciones	3	3

Entre sus clientes figuran importantes bancos, compañías de seguros, organismos públicos, firmas de telecomunicaciones o suministradores de otros servicios, grandes generadores de envíos postales que han depositado su confianza en Correo Híbrido.

Desde el lanzamiento de www.correohibrido.es como herramienta adicional de comercialización y de atención al cliente, los usuarios pueden acceder a un completo catálogo de servicios y, especialmente, a la información sobre el estado de sus envíos en todas las fases de producción.

BALANCE DE 2006

El Plan de Negocio 2006-2008 de Correo Híbrido persigue, entre otros objetivos, invertir más de 1,5 millones de euros en el trienio, incrementar las ventas y ganar cuota de mercado, metas que se alcanzaron de forma satisfactoria en lo referido al pasado ejercicio.

La filial consolidó algunos de sus más novedosos servicios, como el de digitalización o el de impresión automática del acuse de recibo integrado en el sobre. Este sistema, mecanizado, rápido, seguro y con importantes ahorros de costes para el cliente, impulsó la firma de nuevos contratos con organismos públicos.



El objetivo de prestar el mejor servicio a sus clientes exige a Correo Híbrido la permanente innovación de sus instalaciones y equipos de producción. A ese fin destinó en 2006 inversiones que duplicaron las del año precedente.

Como resultado de todas las acciones emprendidas, Correo Híbrido registró en 2006 crecimientos significativos en todas sus actividades. Así, el número de envíos gestionados creció un 6,8%, las impresiones, un 9,9%, y las digitalizaciones, un 66,0%.



UNO DE LOS SERVICIOS MÁS NOVEDOSOS ES LA IMPRESIÓN AUTOMÁTICA DEL ACUSE DE RECIBO INTEGRADO EN EL SOBRE

Actividad

En millones

	2005	2006	Evolución
Envíos gestionados	309,4	330,3	6,8%
Impresiones	584,1	641,6	9,9%
Digitalizaciones	3,4	5,7	66,0%

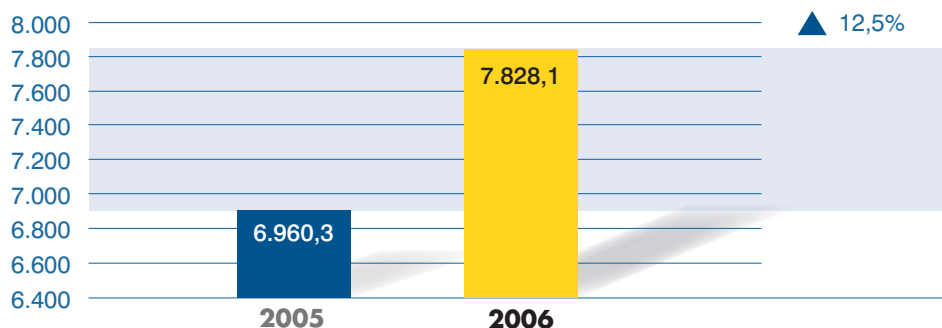
En consecuencia, el volumen anual de ventas alcanzó 7,8 millones de euros, es decir, un 12,5% más que los 6,9 millones obtenidos en 2005.

LOS INGRESOS DE CORREO HÍBRIDO CRECIERON MÁS DEL 12%



Cifra neta de negocio

En miles de euros





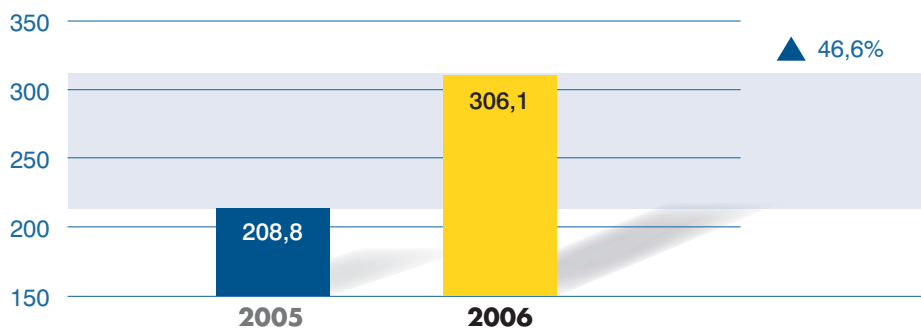
El resultado antes de impuestos aumentó un 46,6%, pasando de 208.753 euros en 2005 a 306.112 euros en 2006.



EL RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS AUMENTÓ UN 46,6%

Resultado antes de impuestos

En miles de euros





5.3 CORREOS TELECOM



La misión de Correos Telecom se centra en la gestión de la red de telecomunicaciones de la que es titular Correos. Entre sus operaciones figuran la prestación de servicios de telecomunicaciones con carácter preferente a la Sociedad Estatal, la intermediación y promoción para comercializar los activos excedentarios de dichas infraestructuras y la colaboración en nuevos proyectos *online* relacionados con el entorno postal.

BALANCE DE 2006

Para realizar su actividad, Correos Telecom dispone de 22 empleados asignados a las diversas áreas en que está estructurada la empresa.

El Área de Servicios de Telecomunicaciones realiza la gestión de las redes de telecomunicaciones de datos, voz y télex y también presta asistencia en proyectos y estudios técnicos. En este ámbito, la filial participó especialmente en dos proyectos. El primero de ellos consistió en la implantación de la Nueva Red de Telecomunicaciones de Correos, dentro del Proyecto INTEGRRA. Dicha infraestructura, que da soporte a 2.400 centros de Correos y a 56 de Chronoexpres, conllevó un aumento de la capacidad de transmisión de datos, una reducción de los tiempos de respuesta y una escalabilidad que permitirá ampliar con flexibilidad las prestaciones futuras.

El segundo, relativo a las comunicaciones telefónicas, implicó la extensión de la red interna de telefonía de Correos (conocida como RICO) a todos sus centros y se modernizaron las tecnologías de las principales centralitas de la Sociedad Estatal y de Chronoexpres. En esta filial, además, se puso en marcha una red interna de telefonía similar a la de Correos, con la que se integró.

Estas realizaciones en torno a la Nueva Red de Telecomunicaciones de Correos proporcionaron al Grupo importantes ahorros de costes, derivados de la disminución de tarifas y de la eliminación de los gastos de mantenimiento de la antigua red.

La filial también prestó apoyo técnico a otros proyectos, como el despliegue de terminales informáticos portátiles o PDAS en las Unidades de Servicios Especiales de Correos y la configuración de puntos WiFi, la ampliación de comunicaciones en el CPD del Centro Directivo de Correos en Madrid y o la dotación de comunicaciones a nuevos centros de la empresa matriz.



Servicios comercializados por Correos Telecom

Circuitos de datos de baja y alta capacidad

Fibra óptica

Derechos de paso sobre canalizaciones y posterías

Cesión de uso de espacios para la ubicación de estaciones de telecomunicaciones

Instalación e ingeniería de telecomunicaciones



La segunda área de negocio de la empresa, denominada de Comercialización de Infraestructuras de Telecomunicación, tiene como función la promoción y venta de los excedentes de telecomunicaciones de Correos. En 2006, la cartera de servicios ofertados incluyó, entre otros, el alquiler de fibra óptica y circuitos de datos de alta y baja capacidad, los derechos de paso sobre canalizaciones y posterías o la instalación e ingeniería de telecomunicaciones.

La implantación de la Nueva Red de Telecomunicaciones de Correos generó mayores excedentes de telecomunicaciones (principalmente infraestructuras nacionales de cables y radio enlaces), que hicieron necesario reforzar la comercialización de estos activos en el mercado.

Para hacer frente a las necesidades de clientes concretos se introdujeron avances tecnológicos en las infraestructuras de fibra óptica en Madrid. Estas mejoras contribuyeron a incrementar hasta un 500% la capacidad de los circuitos, equiparando los niveles de servicios de telecomunicaciones que suministra a los que ofrecen las compañías del sector.

**LOS INGRESOS POR
COMERCIALIZACIÓN DE
INFRAESTRUCTURAS CRECIERON
CERCA DEL 44%**



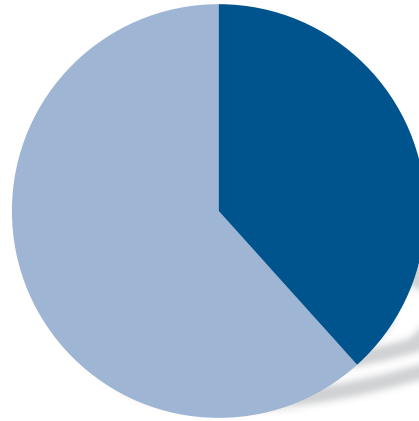
La cartera de clientes de Correos Telecom está integrada fundamentalmente por empresas del sector de las telecomunicaciones, aunque también figuran firmas eléctricas, medios de comunicación o instituciones públicas. El pasado año se amplió con la incorporación de compañías como Endesa, Retevisión, Ya.com, Red.es o Grupalia. También se incrementaron los servicios prestados a otros usuarios, como Ono o Vodafone.



Tipología de ingresos en 2006



**LOS INGRESOS DE CORREOS
TELECOM SUPERARON LOS
1,6 MILLONES DE EUROS**



- 38,6% Ingresos por nueva contratación
- 61,4% Ingresos regulares

La actividad de Correos Telecom produjo en 2006 unos ingresos superiores a 1,6 millones de euros, destacando en especial los generados por la comercialización de infraestructuras, que aumentaron cerca del 44%. De estos últimos, más del 38% provinieron de nuevos contratos. El beneficio antes de impuestos, por último, fue de 219.382 euros.

