



Sociedad Estatad

2



Balance de 2009

La Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A. es el operador designado por ley para prestar el servicio postal universal en España, de acuerdo a unos requisitos de calidad, regularidad, accesibilidad y asequibilidad que hacen efectivo el derecho de todos a las comunicaciones postales. Es también la compañía postal de referencia en el mercado nacional por la excelencia y fiabilidad de sus servicios y por su amplia oferta comercial, que comprende soluciones de comunicación físicas y electrónicas, productos de paquetería, marketing directo, financieros o de telecomunicación.

Su estrategia se sustenta en la innovación y la eficiencia empresarial; en la calidad y la competitividad de sus prestaciones; en el desarrollo humano y profesional de sus empleados y en el compromiso responsable en materia social y medioambiental.

Dispone de 64.037 empleados, 9.846 puntos de atención y 13.966 vehículos. Estos recursos la convierten en una de las primeras empresas por cobertura territorial y por plantilla, permitiéndole gestionar anualmente alrededor de 5.000 millones de objetos postales.

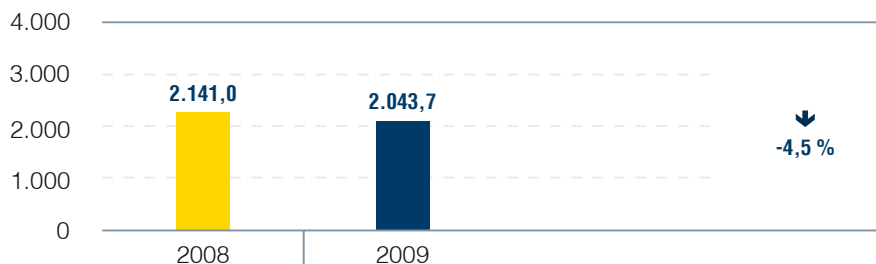
Con el objetivo de aumentar la eficiencia de dicha gestión, las sinergias y la generación de valor, Correos unificó en 2009 sus redes postal y de oficinas bajo la Dirección de Operaciones.

Resultados

La Sociedad Estatal registró el pasado ejercicio una cifra de negocio neta de 2.043,7 millones de euros, un 4,5%, menos que en 2008. El resultado de explotación fue de -4,3 millones, frente a 81,3 millones del año previo. El resultado antes de impuestos se situó en -5,2 millones de euros y el resultado del ejercicio, en -2,0 millones de euros.

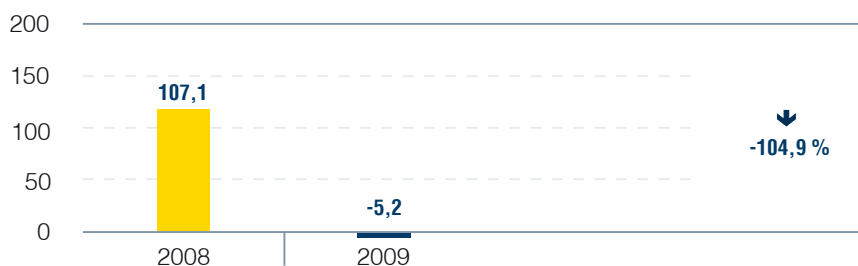
CIFRA NETA DE NEGOCIO

En millones de euros

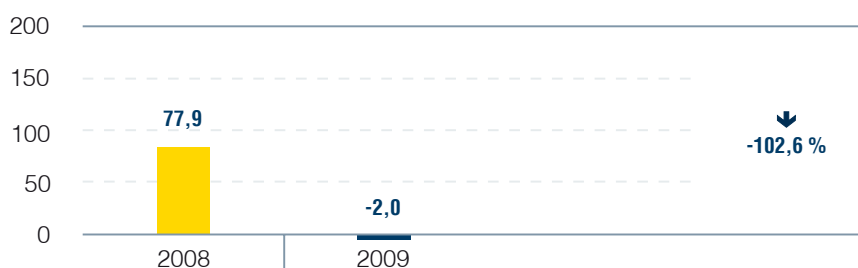


RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS

En millones de euros

**RESULTADO DEL EJERCICIO**

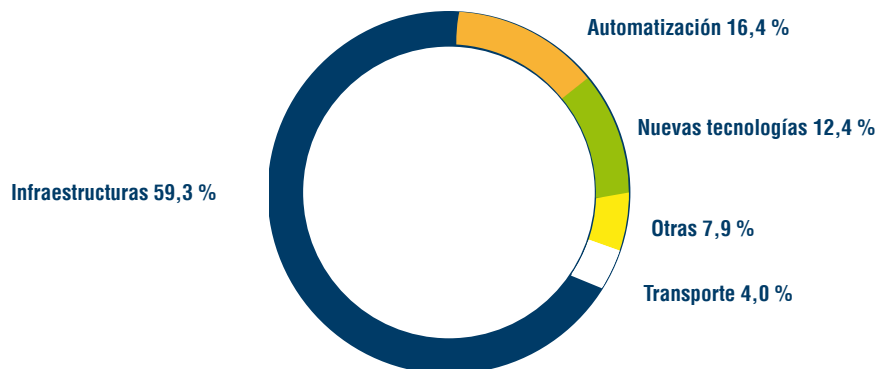
En millones de euros

**Inversiones**

Correos destinó 116,5 millones de euros a inversiones reales el pasado año, un 51,1% menos que en 2008, descenso producido tanto por la culminación de proyectos empresariales emprendidos en los últimos ejercicios como por la compleja situación económica, que hizo aconsejable mantener criterios de prudencia en esta materia.

Así, en la medida en que se habían cumplido muchos programas de infraestructuras, nuevas tecnologías y transporte, las cantidades asignadas a dichas partidas se redujeron hasta 69,1 millones, 14,5 millones y 4,6 millones de euros, respectivamente. En cambio, se duplicó la inversión en automatización, hasta 19,1 millones, a fin de seguir optimizando los procesos e incrementar la calidad.

INVERSIONES REALES



Actividad

La Sociedad Estatal admitió 4.630,6 millones de envíos, sin incluir el tráfico internacional de importación ni el generado en los procesos electorales celebrados en España. La evolución interanual reflejó un descenso del 9,6% originado por una crisis económica que redujo los flujos de objetos postales tradicionales y aceleró la sustitución electrónica.

Por líneas de productos, la básica representó el 81,1% de los envíos admitidos; la económica, el 18,6%; y la urgente, el 0,3%. A pesar de la disminución generalizada de los volúmenes, algunos servicios con valores añadidos registraron crecimientos importantes, como la carta certificada nacional (+2,7%), las notificaciones (+32,8%),

el paquete "Prisma" internacional (+63,4%), el "Paquete Azul" (+3,9%) o el "Postal Exprés" nacional (+19,6%).

Colaboración en procesos electorales

Correos colabora en el desarrollo de los procesos electorales que se celebran periódicamente en España. Durante los mismos, distribuye las tarjetas censales y la propaganda electoral, facilita la solicitud del voto por correo de los ciudadanos y su posterior entrega en las mesas electorales y, por último, recoge las copias de las actas del escrutinio y las deposita en las respectivas juntas electorales.

Tráfico postal por líneas de productos	2009	Porcentaje del total
Básica	3.754,2	81,1%
Económica	860,9	18,6%
Urgente	15,5	0,3%
Total	4.630,6	100%

En millones de envíos

Durante las elecciones convocadas en 2009 a los Parlamentos de Galicia y del País Vasco (1 de marzo) y al Parlamento Europeo (7 de junio), se repartieron 38,3 millones de envíos de línea básica (tarjetas censales), 114,6 millones de línea económica (propaganda electoral) y 3,4 millones de certificados urgentes (documentación electoral y voto por correo).

Giros

La Sociedad Estatal gestionó 9,0 millones de giros, un 20,1% menos que en 2008, evolución

afectada por el declive de la actividad económica nacional. El importe total girado sumó 843,4 millones de euros.

Productos telegráficos

Correos admitió 7,8 millones de productos telegráficos, cifra un 2,2% superior a la del año anterior. Los servicios que más crecieron fueron el burofax (+5,5%), especialmente en su modalidad *online*, y el fax (+3,7%).

Giros	2009
Nacionales	8.774,6
Ordinarios	8.559,7
Urgentes	214,9
Internacionales	198,2
Total	8.972,8

En miles

Productos telegráficos	2009
Telegramas	2.864,2
Burofax	4.296,8
Fax	631,2
Total	7.792,2

En miles

Calidad

Uno de los fines primordiales de Correos es ofrecer a los ciudadanos un servicio postal de calidad en todas sus facetas, desde la atención al cliente hasta la puntualidad en la entrega.

Calidad en la entrega

La ley Postal y su Reglamento establecen los requerimientos relativos a la prestación del servicio postal universal y a los plazos de expedición de los productos que lo integran. Para conocer estos se emplea la fórmula D+n, en la que "D" representa la fecha de depósito y "n" el número de días laborables que transcurre desde tal fecha hasta la entrega al destinatario u otro momento del proceso postal.

Calidad en plazo nacional

Además de los controles realizados por el órgano regulador postal, la Sociedad Estatal evalúa el

cumplimiento de los objetivos de entrega y las posibles áreas de mejora mediante diversos modelos de medición. En el ámbito nacional se utilizan los siguientes:

- El sistema de Auditoría Interna, que posibilita el control de los envíos desde el matasellado hasta la salida al reparto. Es el método con más antigüedad, por lo que permite elaborar comparaciones históricas más amplias.
- El sistema SPEX, con el que se realiza el seguimiento a lo largo de todo el proceso postal, desde el depósito hasta la entrega. Por esa razón sus resultados coinciden en mayor grado con la percepción que el ciudadano tiene de la puntualidad del servicio.

En 2009 se alcanzaron notables mejoras en los plazos de entrega de los diferentes productos

Parte del proceso analizada

Sistema de Auditoría Interna	Depósito	Matasellado	Primer intento de reparto	Entrega
Sistema SPEX	Depósito			Entrega

Productos del servicio postal universal	Plazo de entrega	Resultado 2008	Resultado 2009
Auditoría Interna			
Carta ordinaria	D+1	80,9%	83,7%
Carta ordinaria	D+3	98,2%	98,9%
Carta certificada	D+3	96,3%	97,5%
Giro ordinario	D+3	98,9%	99,3%
Paquete Azul	D+3	83,5%	89,0%
SPEX			
Carta ordinaria	D+1	64,1%	69,1%
Carta ordinaria	D+3	93,8%	95,8%

que componen el servicio postal universal según ambos métodos de medición.

Calidad en plazo internacional

Para la correspondencia internacional se emplea el modelo UNEX *Extended Country System*, gestionado por International Post Corporation (IPC), que permite conocer los plazos de expedición de los envíos de importación (entrada en España) y de exportación (salida desde España).

Conforme a este sistema, la calidad de entrega en D+3 superó el objetivo del 85% fijado por la Directiva Postal europea. En su evolución interanual, el correo de entrada observó un descenso de 0,8 puntos en su resultado y el de salida, de 3,4 puntos.

Por segunda ocasión, en 2009 Correos obtuvo el premio nivel plata de la Cooperativa EMS por la calidad de sus servicios internacionales. Este reconocimiento es otorgado anualmente a aquellos operadores postales, de los 156 que integran dicha Cooperativa, que superan cuatro de los cinco objetivos de desempeño establecidos.

Atención al cliente

Los clientes de la Sociedad Estatal disponen de diversos canales para formular requerimientos, plantear sugerencias o comunicar cualquier tipo de incidencia. La web www.correos.es registró un 30,6% más de solicitudes, atendiendo en total 40.635 consultas. El número de atención telefónica 902 197 197, por su parte, recibió 1,6 millones de llamadas.

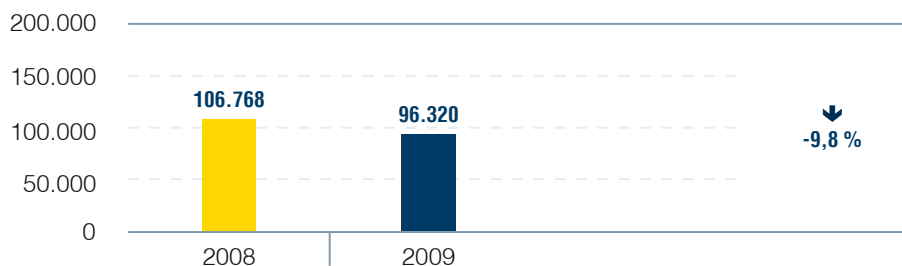
Quejas y reclamaciones

La cifra total de quejas y reclamaciones experimentó una evolución positiva el pasado año, reduciéndose un 5,2%, hasta 224.252.

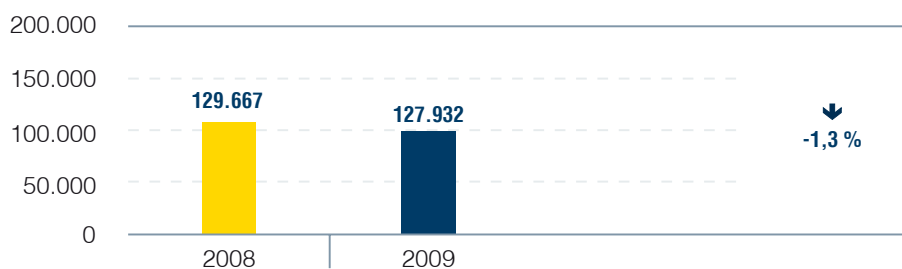
Las reclamaciones (que dan lugar a indemnización) decrecieron un 1,3%. En 2009 se contabilizaron por primera vez las provenientes de los grandes clientes, por lo que si se excluyen éstas, el descenso de las reclamaciones se situaría en el 25,6%. Las quejas disminuyeron a su vez un 9,8%.

	Plazo de entrega	Resultado 2008	Resultado 2009	Objetivo 2009
UNEX				
Importación	D+3	89,4%	89,6%	85,0%
Exportación	D+3	93,2%	90,2%	85,0%

QUEJAS



RECLAMACIONES



Evaluación de la satisfacción del cliente

Por noveno año consecutivo Correos fue el servicio público mejor valorado por los españoles, según la encuesta "Opinión pública y política fiscal XXVI" difundida en 2009 por el Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS). Un 69,0% de los ciudadanos lo calificó como "bastante" o "muy" satisfactorio, porcentaje similar al de 2008.

Asimismo, según los resultados del Índice de Satisfacción del Cliente, los usuarios otorgaron un notable a la práctica totalidad de los servicios. Entre los aspectos mejor valorados por empresas y particulares se incluyeron los horarios de atención en las oficinas, la proximidad, la amabilidad de sus empleados

y la oferta financiera de BanCorreos. Las compañías generadoras de grandes volúmenes de envíos destacaron además el servicio de recogida a domicilio y el asesoramiento recibido en la admisión.

Mejora de los procesos y la gestión

Correos utiliza el modelo europeo EFQM como referente para identificar sus fortalezas y áreas clave de mejora. En ese marco, el sistema de gestión de calidad de la compañía permite aplicar el ciclo de mejora continua al desarrollo de todas las actividades en la totalidad de sus centros operativos.

De acuerdo a ese modelo, la red de oficinas posee desde 2008 el Sello a la Excelencia

Europea 400+, equivalente al nivel *Recognised for Excellence 4 Stars*, dentro de los *EFQM Levels of Excellence*. En 2009 amplió el alcance de su certificado conforme a la norma ISO 9001, con la incorporación de todos los procesos operativos.

Por su parte, los 17 centros de tratamiento automatizado y 17 oficinas principales renovaron las certificaciones ISO 9001 e ISO 14001 de sus sistemas de gestión de calidad y medioambiental.

Al finalizar el ejercicio, el número de establecimientos certificados ascendió a 2.273, es decir, el 44% del total.

Reconocimiento a la excelencia

Correos creó la Liga de la Excelencia, una herramienta informática que permite a las

unidades de reparto, de servicios especiales y centros de tratamiento automatizado consultar los indicadores empleados para evaluar su gestión, así como su grado de cumplimiento de los objetivos. La aplicación muestra también las puntuaciones obtenidas cada mes y la posición alcanzada en la clasificación general en función de los resultados.

Esta información fue incorporada al sistema de valoración de las unidades de reparto para la concesión del Premio Hermes, que como cada año se otorgó a aquellas que más destacaron por su desempeño. De forma similar, el Premio a la Oficina Excelente distinguió a las que obtuvieron los valores más altos en sus respectivas auditorías internas.

	Certificaciones	Ámbito	Norma
Oficinas	17 oficinas principales	Todos los procesos	ISO 9001
			ISO 14001
	Resto de la red de oficinas	Todos los procesos	ISO 9001
Centros	17 centros de tratamiento automatizado	Todos los procesos	ISO 9001
			ISO 14001





Innovación tecnológica

Correos ha destinado importantes inversiones a la incorporación de las últimas tecnologías a sus operaciones con la finalidad de garantizar mayores niveles de calidad y eficiencia, generar nuevas oportunidades de negocio y asegurar el crecimiento futuro.

Las principales actuaciones se centraron el pasado año en el desarrollo de los sistemas informáticos de gestión y de soporte del negocio, así como en la dotación de nuevas infraestructuras tecnológicas.

Sistemas de información y de soporte del negocio

En 2009 se añadieron nuevas funcionalidades a dos importantes aplicaciones operativas, el Sistema de Gestión Integral de Envíos (SGIE), utilizado para el control de los productos registrados, y el Sistema Único de Admisión y Venta (IRIS), que centraliza este tipo de procesos en las oficinas y unidades de admisión masiva.

Una de las posibilidades que ofrece el programa SGIE es la emisión de mensajes a teléfonos móviles, que informan al instante sobre cada fase del proceso de entrega, tanto al destinatario como al remitente. El pasado año se incorporaron dos opciones adicionales, que permiten notificar mediante mensajes tanto la recepción de envíos registrados a los usuarios de apartados postales como la disponibilidad de paquetes "Postal Exprés" para su recogida en la oficina seleccionada por el cliente.

El sistema IRIS, por su parte, se modificó para atender las necesidades de mayor información en la admisión de paquetería internacional y en la venta cruzada de productos nacionales.

Como parte del programa para unificar tecnológicamente todos los modelos de información corporativos, en 2009 entró



en funcionamiento el Sistema Integrado de Gestión del Capital Humano (SIGHNO) sobre plataforma SAP. Las aplicaciones SAP CRM y SAP BW Comercial se adaptaron a su vez para incrementar la autonomía de los agentes comerciales. Se implantó además el servicio de gestión automatizada de facturas electrónicas, con el que los clientes podrán recibir éstas en formato digital con plena validez legal.

El aumento de la trazabilidad de los envíos posibilita el análisis interno de las posibles desviaciones en las diferentes fases de la cadena postal. Con ese fin se llevaron a cabo actuaciones para mejorar el seguimiento de productos como “Burofax” y “Postal Exprés”, incorporar la grabación de eventos intermedios en el reparto rural y optimizar los controles estadísticos sobre la calidad de entrega y la devolución de envíos.

Tecnología RFID

El modelo de control de la calidad por tecnología de radiofrecuencia (RFID) está basado en el empleo de etiquetas (*tags*) introducidas en cartas-test que, al ser detectadas por las antenas y lectores ubicados en los centros operativos, notifican su localización y tiempo de tránsito a una aplicación central. De esta forma, se conocen los plazos de expedición en los tramos intermedios del proceso postal y se mejora el seguimiento de los envíos.

El pasado año se instalaron 2 servidores, 9 lectores y 22 antenas en las instalaciones de Ibiza y Menorca, por lo que el número de infraestructuras logísticas que contaban con esta tecnología ascendió a 56. Adicionalmente se adquirieron 27.000 nuevas etiquetas para las cartas-test y se realizó una prueba piloto, consistente en la incorporación de transpondedores pasivos al producto “valija” en la ruta Madrid-Burgos, con resultados muy satisfactorios.

Por último, se concluyó la identificación de la totalidad de los activos móviles que circulan diariamente por los centros adheridos. Para ello se dotó de un *tag* de radiofrecuencia a más de 40.500 carros y jaulas transportadores, de forma que unas 60.000 unidades son ya controladas y gestionadas mediante este sistema.

Soluciones de movilidad

Correos ha desarrollado en los últimos años un proyecto para que todos los empleados de distribución puedan realizar sus tareas con el respaldo de asistentes digitales portátiles (PDA).

Estos terminales automatizan la grabación de datos y permiten la recogida de la firma del receptor en pantalla, la lectura de códigos de barras y la captura en imagen del aviso de recibo electrónico, por lo que mejoran la operativa, el control de los envíos y la información al cliente.

El pasado año se incorporaron 8.000 nuevos dispositivos a 800 unidades de reparto, que se sumaron a los 2.000 que ya estaban en funcionamiento. Así, cerca de 15.500 empleados pudieron gestionar mediante PDA el 19% del total de los envíos registrados.

Infraestructuras tecnológicas

En 2009 entró en funcionamiento el nuevo centro de proceso de datos principal, que alberga todos los sistemas de información corporativos. Con este equipamiento se logró multiplicar por 5 la capacidad de procesamiento y gestión y por 15 la de almacenamiento y respaldo. La nueva instalación asegura la plena fiabilidad, disponibilidad, escalabilidad y rendimiento de estas infraestructuras tecnológicas esenciales para la actividad diaria de la compañía.

Oferta comercial

Correos desarrolla una política comercial orientada a diseñar y ofertar soluciones de comunicación flexibles, eficientes y competitivas para los clientes, proporcionando una atención personal y especializada en todos sus canales de comercialización.

Productos y servicios

Las acciones comerciales del pasado año se dirigieron a profundizar en el conocimiento de las necesidades de grandes empresas, Administraciones Públicas, pymes y particulares. La disponibilidad del sistema informático CRM en el conjunto de la red comercial contribuyó a la completa accesibilidad de esa información y a un mayor control del proceso íntegro de atención y venta.

La Sociedad Estatal adaptó su portafolio de productos y servicios a los requerimientos de actividades económicas como la publicidad directa y el *e-commerce*, que en España han tenido un desarrollo inferior al de otros países europeos, lo que permite prever un potencial de crecimiento.

Así, se elaboró el primer *Estudio Global de Marketing Directo e Interactivo* destinado a los profesionales del sector. En la publicación se analizaron las técnicas existentes, su efectividad,

los agentes participantes y la evolución de esta actividad. Para su difusión, se distribuyeron 10.000 ejemplares y se facilitó su descarga en la web de Correos.

En estrecha colaboración con los clientes, se analizaron las demandas de los segmentos de telecomunicaciones y comercio electrónico, para los que se diseñaron soluciones específicas, como el “Postal Exprés” de “entrega exclusiva al destinatario”, que complementaron la oferta general de productos postales y de paquetería para empresas.

Eventos comerciales y ferias sectoriales

Con el fin de dar a conocer su cartera comercial, Correos asistió a diversas ferias como el “Salón Internacional de la Logística y de la Manutención” o la “Feria de Productos y Servicios para Inmigrantes, Integra”. En el ámbito internacional estuvo presente en el “*Deutscher Versandhandels-Kongress*” (Alemania) y en el salón “*VAD e-commerce*” (Francia).

La compañía tuvo también la ocasión de conocer las novedades en el mundo empresarial a través de eventos como el “Forum Mundial de Marketing y Ventas”, la “*European Ecommerce Conference*” o el “Encuentro Hoy es Marketing”.



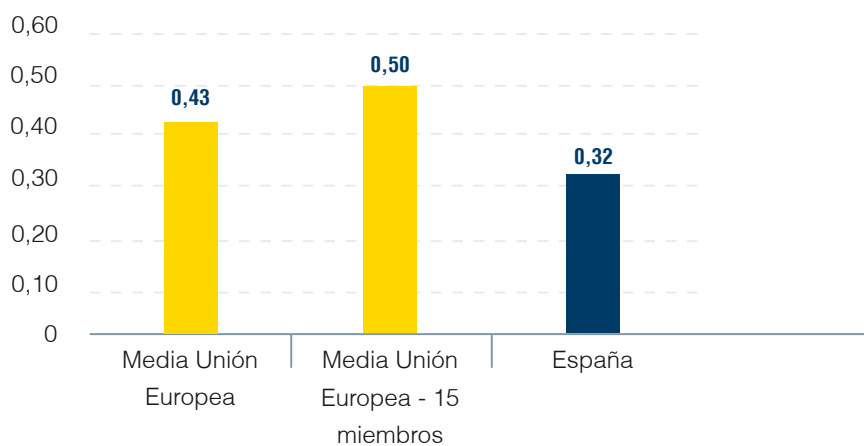
Tarifas

En enero de 2009 se actualizaron las tarifas de los servicios postales. El precio de las cartas y tarjetas normalizadas nacionales de hasta 20 gramos de peso aumentó un céntimo, quedando fijado en 0,32 euros.

Con esta modificación, Correos siguió contando con una de las tarifas postales básicas más baratas de la Unión Europea, garantizando la asequibilidad del servicio postal universal a todos los ciudadanos.

TARIFA DE LA CARTA ORDINARIA DE 20 GRAMOS

A 1 de febrero de 2009



Operaciones y procesos

Correos presta servicios postales en todo el territorio, asegurando diariamente la recogida, tratamiento, transporte y distribución de los envíos, conforme a criterios de calidad, regularidad y accesibilidad.

Recogida y admisión

El acceso a los servicios postales de la compañía puede efectuarse a través de oficinas, unidades y centros de admisión masiva, servicios rurales y buzones.

El pasado año se inauguró un nuevo centro en Madrid, destinado especialmente a tratar la paquetería con origen o destino en Canarias, por lo que el número total de grandes centros específicos y de admisión masiva se situó en 6, cifra a la que se añaden las más de 50 unidades de admisión masiva.

Tratamiento y clasificación

La Sociedad Estatal dispone de una red de centros de diversa tipología para la clasificación de los envíos, en los que efectúa de forma periódica obras de acondicionamiento o ampliación.

Así, en 2009 se realizaron actuaciones en las infraestructuras de tratamiento postal de Soria y Barcelona (CTP2) y en la de tratamiento local de Mahón. Adicionalmente se adquirieron 103.600 elementos de equipamiento logístico.

En los centros de tratamiento automatizado se instalaron 9 líneas de clasificación (4 para correo normalizado y 5 para el procedente de buzones), con lo que su número total ascendió a 74. Con estas incorporaciones el porcentaje de automatización de la correspondencia de

Centros	2009
Centros de admisión masiva	6
Centros de tratamiento automatizado	17
Centros de tratamiento postal	36
Centros de tratamiento local	5



línea básica aumentó hasta el 88%. El número de carteros que recibió el correo clasificado a sección se elevó a 14.655.

Lineas de tratamiento

automatizado	2009
Correo normalizado	43
Correo no normalizado (<i>flat</i>)	14
Correo de buzones	17

Transporte

La red de transporte de la Sociedad Estatal estuvo integrada por 12.829 vehículos propios, un 0,9% más que en 2008.

Diariamente, la flota con que cuenta Correos recorrió cerca de 800.000 kilómetros y transportó 8 millones de kilogramos. Para optimizar tal volumen de desplazamientos, se reordenaron las rutas terrestres y se redujo el gasto en transporte aéreo, sustituyéndolo en algunos casos por trayectos por carretera. Se alcanzaron también nuevos acuerdos con aerolíneas, tanto para asegurar la cobertura de las necesidades presentes y futuras de la empresa como para rentabilizar el transporte de envíos por este medio.

La puntualidad de las rutas, esencial para cumplir los objetivos de entrega de los productos postales, alcanzó en 2009 el 97,4% en los horarios de llegada a los centros y el 99,4% en los de salida.

Vehículos	2009
Propios	12.829
Ajenos	1.137
Total	13.966

Puntualidad de las rutas de transporte

	2008	2009
Llegadas	96,3%	97,4%
Salidas	98,7%	99,4%



Distribución

La distribución de los envíos está encomendada a 1.813 unidades de reparto o carterías (entrega ordinaria), 99 unidades de servicios especiales (reparto urgente) y 7.497 servicios rurales, integrados a su vez por 842 oficinas auxiliares y 6.655 enlaces rurales. Estos medios materiales y humanos garantizan la completa cobertura del territorio nacional.

En 2009 finalizó la implantación del nuevo modelo de cartería y del plan Emuse en todas las unidades de distribución y de servicios especiales, respectivamente, tras la adquisición

digital que está conectado con diversas bases de datos, como la de códigos postales. La aplicación constituye una importante herramienta tanto para la operativa postal diaria como para la planificación y ubicación de los servicios.

En esta primera fase, el GISC empezó a ser utilizado por los empleados de reparto rural, de la red de transportes y de las oficinas postales, que pudieron consultar información georeferenciada, así como calcular y simular rutas optimizadas.

Puntos de servicio de ámbito rural	2009
Oficinas auxiliares	842
Enlaces rurales	6.655
Total servicios rurales	7.497

de 18.350 nuevos equipamientos para el reparto. Ambos programas han supuesto una reorganización completa de los sistemas de gestión y de los recursos empleados en estos centros.

Con el fin de evaluar la adecuación de los servicios a las necesidades de la distribución, se efectuaron estudios de dimensionamiento en 935 secciones de reparto urbanas y 930 servicios rurales, creándose 80 secciones adicionales en el ámbito urbano y 20 servicios en el rural.

La compañía inició también la implantación del sistema de información geográfica de Correos (GISC), un repositorio de toda su cartografía

Adicionalmente, la Sociedad Estatal continuó colaborando con el proyecto CartoCiudad, iniciativa gubernamental cuyo objetivo es crear una base de datos de las ciudades, la topografía y la red viaria españolas, que sirva como información geográfica de referencia para todas las Administraciones Públicas y ciudadanos. El pasado año aportó los códigos postales en formato digital de 50 ciudades para contribuir a la elaboración de un formato de intercambio de información común con el resto de socios.

► Accesibilidad y oficina multiservicio

La red de oficinas contribuye a garantizar los niveles requeridos de accesibilidad al servicio postal universal, actuando como punto logístico de cercanía para la admisión y la entrega. Al mismo tiempo, es un canal de distribución multiservicio, que comercializa productos postales y de otros tipos.

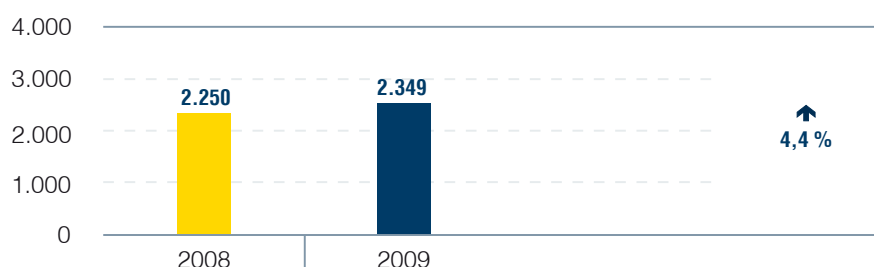
Ampliación de la red de oficinas

El número de establecimientos postales se elevó en 2009 a 2.349, un 4,4% más que el año anterior. Se inauguraron 28 oficinas multiservicio

postales, parapostales, financieros y de telecomunicaciones, en ellas se pueden realizar trámites como el pago de recibos emitidos por compañías suministradoras de servicios básicos, de telecomunicaciones y otros. En 2009 el número de firmas asociadas se incrementó hasta 22 y se tramitaron 11,3 millones de facturas, un 59,3% más que el año anterior. Los ingresos por este concepto se elevaron a 8,5 millones de euros.

El servicio dispone también desde el pasado año de conexión en línea con algunas de las empresas. Esto permite que los usuarios puedan

EVOLUCIÓN DEL NÚMERO DE OFICINAS



en núcleos poblacionales urbanos y en lugares de gran concentración de usuarios (centros comerciales y parques empresariales). Además, se crearon otras 71 sucursales, producto tanto de nuevas aperturas como de la transformación de oficinas auxiliares.

Oferta de la oficina multiservicio

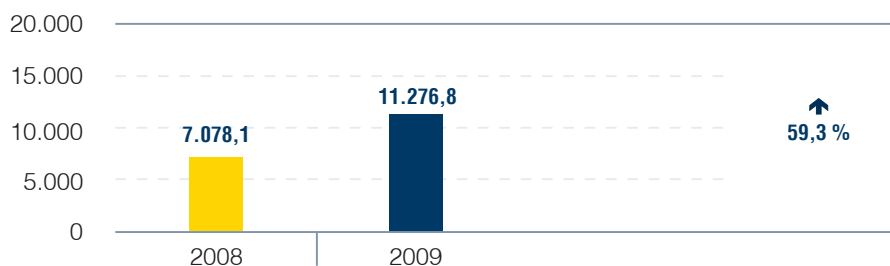
Las oficinas multiservicio son centros integrales donde los clientes acceden a numerosas prestaciones. Además de ofertar servicios

efectuar el abono sin necesidad de disponer de recibo y que los proveedores tengan conocimiento inmediato de la operación.

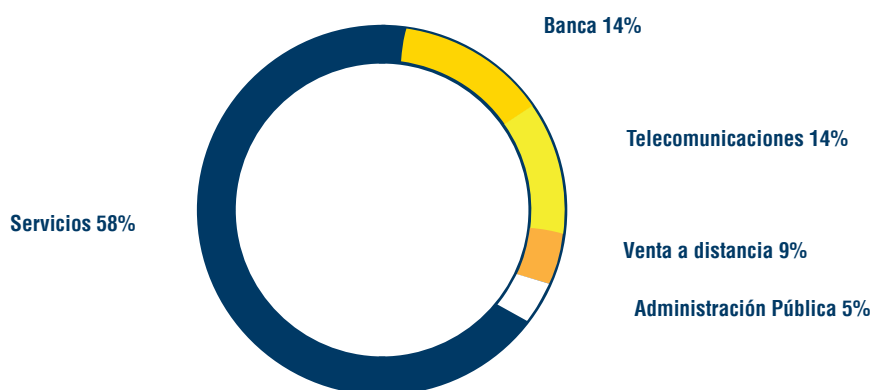
Las oficinas posibilitan además recargar el saldo de las tarjetas prepago de varias compañías como Viajes Crisol.

RECIBOS GESTIONADOS

En miles



EMPRESAS ASOCIADAS AL SERVICIO DE COBRO DE RECIBOS POR SECTORES



BanCorreos

BanCorreos es la marca financiera operada conjuntamente por la Sociedad Estatal y Deutsche Bank, cuyos productos se comercializan en las oficinas postales, en la web www.bancorreos.es y en el teléfono de atención al cliente 902 337 338.

En 2009 la posición total de su negocio aumentó un 1,1%. En un año de restricción financiera generalizada, fue destacable el crecimiento de la actividad crediticia sin que ello implicara un ascenso significativo del riesgo asociado. BanCorreos se mantuvo en niveles de morosidad

cero en el segmento hipotecario, ya que la calidad de los préstamos concedidos continuó siendo muy alta. La contratación de nuevas hipotecas se incrementó un 14,4% y su saldo total, un 18,8%.

En los préstamos personales, la morosidad aumentó durante la primera mitad del ejercicio en cifras cercanas a la media del sector bancario español. No obstante, fue reducida en el segundo semestre mediante la aplicación de rigurosos controles sobre las tasas de riesgo.

BanCorreos	2008	2009
Clientes	181.986	160.141
Pasivo*	822.447.460	763.277.596
Activo*	500.416.127	574.112.956

*En euros

Otros servicios financieros

Las oficinas disponen de numerosas alternativas para el envío de dinero, como las distintas modalidades de giro de Correos o el servicio "Dinero en minutos" de Western Union.

Asimismo, en virtud del acuerdo firmado el pasado año con la Dirección General de Tráfico, los ciudadanos pueden efectuar el pago de sanciones mediante giro postal, opción que ya estaba disponible para el abono de las tasas de renovación del carnet de conducir. Desde su implantación en junio, se liquidaron 355.922 multas por este medio.

Servicios de telecomunicación

La Sociedad Estatal comercializa diversas soluciones de telecomunicación en colaboración con varias empresas. Así, comparte con El Corte Inglés la red Correos Telecor, integrada por 63

tiendas alojadas en oficinas postales. Su oferta incluye productos y servicios de telefonía móvil o fija, de televisión, de Internet o de seguridad para el hogar. Algunos establecimientos disponen también de servicios de locutorio.

Evolución de ingresos en las oficinas

La situación económica del pasado año motivó un descenso en el volumen de ventas de las oficinas. Las actividades bancarias y de envío de dinero de Western Union experimentaron caídas del 21,8% y del 8,3% respectivamente. La facturación por productos filatélicos también disminuyó un 34,4%. En cambio, los productos no postales observaron un crecimiento del 22,5% impulsado especialmente por la expansión del servicio de cobro de recibos.

Ingresos por tipología	Variación 2008/2009
Productos parapostales	-1,1%
Servicios no postales	22,5%
Servicios bancarios	-21,8%
Oferta filatélica	-34,4%
Servicios Western Union	-8,3%

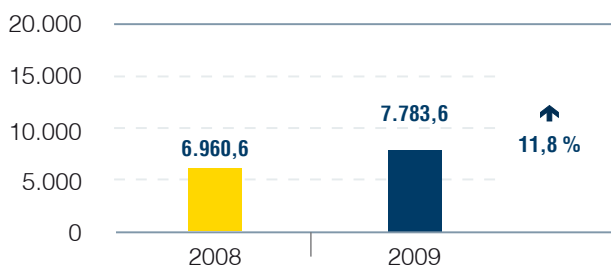
Servicios *online*

La oficina postal virtual es el canal de acceso *online* a la oferta de Correos, que incluye tanto productos postales tradicionales como otros creados específicamente para el entorno digital. Los ciudadanos pueden contratar en ella todo tipo de servicios y realizar múltiples gestiones con total disponibilidad horaria y seguridad.

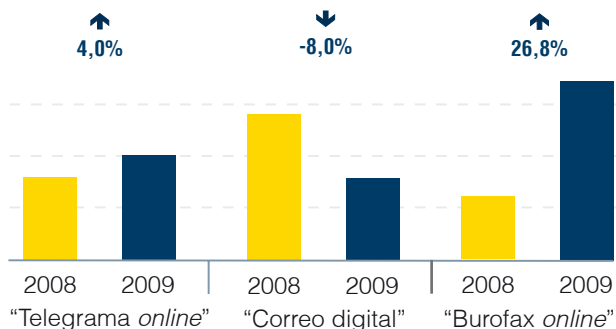
El pasado ejercicio la web recibió 2,7 millones de visitas mensuales de media, un 12,5% más que el año anterior. El número de usuarios registrados se situó en 96.635. Su facturación ascendió a 7,8 millones de euros, con un incremento del 11,8%. A ese resultado contribuyó el crecimiento del “Burofax *online*” (+26,8%) o del “Telegrama *online*” (+4,0%).

FACTURACIÓN *ONLINE*

En miles de euros



EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN POR PRODUCTOS





Desarrollo de la oferta electrónica

El empleo de las nuevas tecnologías ha posibilitado la alternancia entre las comunicaciones físicas y digitales. Avanzando en esa línea Correos está desarrollando el “Apartado Postal Electrónico”, que traslada el concepto de apartado postal convencional al mundo *online*, suministrando a cada persona física o jurídica un punto único de acceso a su documentación en formato digital. Como parte de este servicio, se puso a disposición de los clientes el “Correo Electrónico Seguro”, una cuenta de correo confidencial y gratuita, que desempeña la función de dirección postal electrónica permanente.

La web incorporó también un simulador de campañas de marketing directo, con el que las empresas pueden conocer las diferentes opciones postales disponibles, planificar sus proyectos de *mailing* y presupuestarlos.

Además de diseñar una oferta comercial adaptada al entorno *online*, la Sociedad Estatal continuó participando activamente en el desarrollo de la sociedad de la información y de la administración electrónica.

Así, contribuyó a la difusión del Día de Internet, iniciativa auspiciada por la Asociación de Usuarios de Internet (AUI) con objeto de impulsar la utilización de Internet entre los ciudadanos y fomentar su accesibilidad para las personas con algún tipo de discapacidad.

Con motivo de esta jornada, Correos y la AUI convocaron un concurso para elegir el mejor diseño de un sello personalizado. De las 5.712 imágenes con esta temática presentadas al certamen, las ganadoras y finalistas fueron publicadas en www.correos.es. Sus autores fueron obsequiados con un pliego de 25 sellos con los diseños galardonados.

Actividad internacional

Uno de los objetivos prioritarios de Correos es posicionarse como operador especializado en el mercado internacional de correspondencia y de paquetería. Por ello, se presenta como la opción más segura y eficiente para el reparto de envíos transfronterizos en todos los domicilios y empresas del territorio nacional. Además, dispone de una cartera de productos y servicios específicos para atender las necesidades de los clientes particulares y de las compañías españolas con intereses comerciales en el exterior.

Con esos fines, concentra su actividad en tres ámbitos: la correspondencia transfronteriza, los flujos de importación generados por empresas extranjeras y la paquetería nacida en el exterior, segmento este último que está incrementando su peso en el negocio de Correos y a cuya demanda está respondiendo con mejoras de carácter comercial, técnico y operativo.

Redes postales internacionales

La Sociedad Estatal pertenece a diversas redes postales internacionales que le permiten incrementar la competitividad de su oferta de servicios, mejorar la eficiencia operativa y asegurar una cobertura mundial.

Como socio del *Kahala Posts Group* (KPG), Correos estuvo presente en el encuentro de Presidentes celebrado el pasado año en Kyoto, en el que se precisaron las directrices estratégicas que adoptará el Grupo para afrontar las nuevas demandas y alternativas de negocio.

También es miembro activo de *E-Parcel Group* (EPG). En 2009, esta red continuó ampliando su alcance al incorporar como nuevos socios a los operadores postales nacionales de Hungría y de la República Checa, con lo que el número de correos europeos adheridos ascendió a 23.

Mejora de procesos

El centro de Barajas fue objeto de mejoras dirigidas a aumentar la eficiencia en el tratamiento del tráfico internacional de importación e incrementar la capacidad de clasificación automatizada de la paquetería y de los servicios urgentes EMS.

La empresa inició un proyecto que modifica los procedimientos en la admisión de paquetería internacional y permite incorporar más información de cada envío. Esta solución proporcionará un control mayor hasta la entrega final, facilitará la operativa comercial de Correos y posibilitará el intercambio telemático de datos con otros operadores extranjeros. Así, se asegurará el cumplimiento de los trámites aduaneros y se ampliarán las posibilidades de satisfacer potenciales requerimientos de información.

Actividad

La evolución de los volúmenes de envíos transfronterizos gestionados por la mayoría de operadores postales mundiales se vio condicionada en 2009 por factores de diversa índole, como la crisis económica, los efectos de la sustitución electrónica, las repercusiones de la creciente competencia o el crecimiento del *e-commerce*.

La recesión económica condicionó, particularmente en los países occidentales, la contracción del gasto en publicidad directa y en cartas por parte de los grandes emisores de envíos. Así, los volúmenes postales de la Sociedad Estatal registraron descensos significativos en los flujos de importación y de exportación procedentes de Europa, pese a haber aumentado los que tienen como origen y destino el resto del mundo.

La caída de volúmenes publicitarios y de correo, no obstante, se compensó en parte por la evolución de la paquetería y de los envíos urgentes EMS, cuyo tráfico de importación creció de forma significativa, tanto el procedente del canal de inyección directa como el de la red Kahala, favorecidos ambos por el desarrollo progresivo del comercio electrónico.

como presidente del Equipo de Proyecto de Implantación de la Estrategia UPU y como vicepresidente de la Comisión Mixta de Cooperación y Desarrollo del Consejo de Administración. Colaboró también en otros de sus proyectos, como el Grupo Marco Multilateral para Giro.

	Variación 2008/2009
Correspondencia internacional	
Importación	-23,7%
Exportación	-16,8%
Paquetería internacional	
Importación	17,3%
Exportación	-1,9%
Servicios internacionales urgentes (EMS)	
Importación	31,8%
Exportación	-15,7%

Por otro lado, las mayores ventas de productos y servicios con valores añadidos determinaron que la facturación no se viera tan afectada como los volúmenes gestionados, tendencia que responde a la adaptación permanente del negocio internacional de Correos a las nuevas exigencias de los mercados.

Además, asistió al XXI Congreso de la UPAEP, organismo en el que ostenta la presidencia del Grupo de Gastos Terminales y en el que promueve la expansión regional del servicio de giro IFS (*Internacional Financial Service*) de la UPU y el desarrollo de la formación a distancia utilizando su modelo de *e-learning*.

Relaciones institucionales

La compañía participa activamente en todos los organismos e instituciones postales multilaterales, donde promueve la cooperación, contribuye al desarrollo común e impulsa su representación en el exterior.

En el seno de la Unión Postal Universal (UPU), el pasado año desempeñó sus funciones

Filatelia

La actividad filatélica de Correos comprende la propuesta de emisión y la distribución de sellos, la promoción del coleccionismo y la comercialización de productos relacionados con la filatelia.

Emisiones

El pasado año se pusieron en circulación 92 sellos (21 de ellos autoadhesivos) distribuidos en 41 series, 4 tarjetas prefranqueadas y 4 sobres enteros postales. Se confeccionaron más de 300 matasellos e improntas conmemorativas, que dieron lugar a 54 sobres de primer día de circulación y se editaron diversos álbumes filatélicos, como *el Libro de los Sellos de España y Andorra 2009* y la publicación *Bailes y danzas populares*.

Los motivos reflejados en estas emisiones abarcaron temáticas como la naturaleza, los valores cívicos, la ciencia, las conmemoraciones, el patrimonio histórico-artístico, el deporte, las energías renovables, la seguridad vial, las Comunidades Autónomas españolas o los Objetivos de Desarrollo del Milenio.

Asimismo, se realizaron sellos en alfabeto braille como homenaje a su creador. Dentro de la gama de productos de coleccionismo, se comercializó una pieza numismática de tirada limitada con motivo del 10º aniversario de la creación del euro.

A través del servicio electrónico “Tu sello”, que posibilita personalizar los signos de franqueo, se validaron 3.300 diseños propuestos por los clientes, con una tirada media de 100 sellos por pedido.

En total Correos distribuyó más de 50 millones de artículos de coleccionismo, entre sellos

emitidos en pliegos y en hojas bloque de diversos formatos, pruebas filatélicas, sobres de primer día de circulación, enteros postales y publicaciones especializadas.

Exposiciones y foros filatélicos

La Sociedad Estatal colaboró y participó en los principales eventos del sector, como la Exposición Filatélica Nacional “Exfilna 2009”, la Exposición Nacional de Filatelia Juvenil “Juvenia 09”, el II Salón de Filatelia/*Saló de Filatèlia* 2009 de Barcelona o la Feria Nacional del Sello de Madrid.

Asistió además a las Ferias del Sello de París, Essen (Alemania) y Roma. En esta última su colección *Testimonios con valor* recibió la Medalla de Oro en la categoría de emisores de sellos, concedida por la Federación Internacional de Filatelia y la Unión Postal Universal.

En el marco de la pertenencia al Comité de Dirección de la Asociación Mundial para el Desarrollo de la Filatelia, la compañía compartió sus experiencias con representantes de más de 30 países en los foros y talleres celebrados en Suiza y Uruguay.

Correos continuó promoviendo la labor de investigación y de difusión de la historia postal española desarrollada por la Real Academia Hispánica de Filatelia a través de su revista *Academus*. Patrocinó también el plan anual de exposiciones escolares de la Federación Española de Sociedades Filatélicas (FESOFI), que en 2009 involucró a 22 centros educativos.

Museo Postal y Telegráfico

El Museo Postal y Telegráfico conserva piezas representativas de la historia postal, filatélica y de las telecomunicaciones desde el siglo XIX hasta la actualidad. Sus fondos se exponen en siete salas y pueden ser visitados de forma virtual en www.correos.es.

Con motivo de diversas iniciativas culturales, el Museo cedió temporalmente algunas de sus

piezas, como el tren postal o las acuarelas pintadas por Antonio Mingote para ilustrar sellos sobre *El Quijote*.

La Biblioteca y el Centro de Documentación asociados al Museo pusieron a disposición de investigadores y público en general su fondo bibliográfico, integrado por más de 23.700 documentos y publicaciones especializadas.

