

El canal de comercialización de productos
postales se consolida también como red de puntos
de atención multiservicio



DIVISIÓN DE OFICINAS



CORREOS



ESTRATEGIA DE DIVERSIFICACIÓN EN LA DIVISIÓN DE OFICINAS

En el marco de la diversificación propuesta y desarrollado en el Plan Estratégico 2001-2003, la red de oficinas no sólo actúa como canal de comercialización de los productos postales, sino que también se consolida como una red de puntos de distribución multiservicio en la que cada vez se llevan a cabo más negocios complementarios que contribuyen positivamente al resultado de Correos, asegurando la rentabilidad y la eficiencia. El pasado año, las actividades ajenas al servicio postal tradicional representaron el 15% de los ingresos de la compañía, esperándose que alcancen el 35% en 2010.

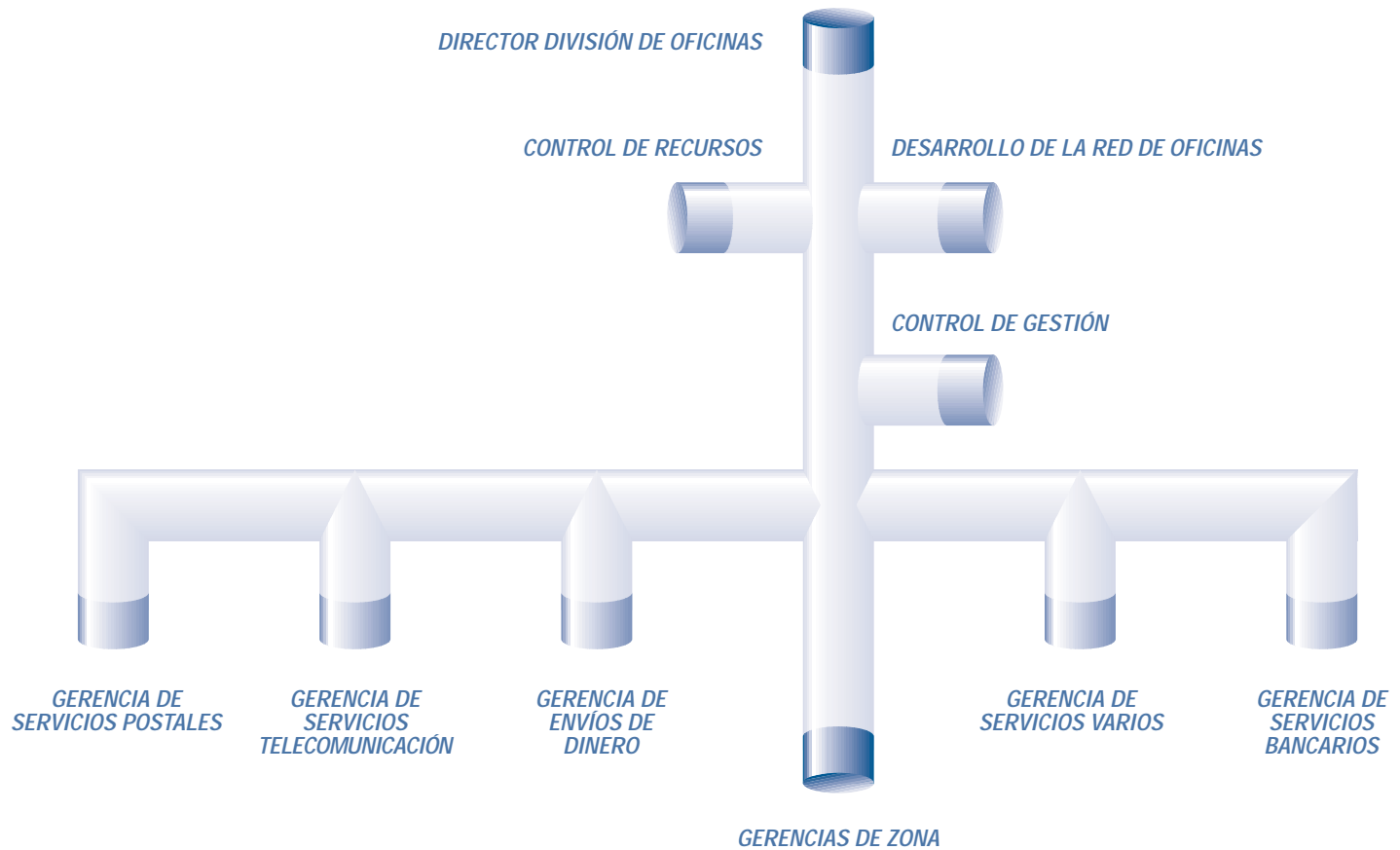
Asimismo, durante el anterior ejercicio se procedió a un cambio en la estructura organizativa central, en la que se ha pasado de un modelo centrado en la gestión de las distintas redes a otro basado en los productos y servicios ofertados.

Accesibilidad

Como consecuencia de la progresiva ampliación de la oferta comercial, los usuarios perciben las oficinas como centros accesibles donde realizar cómodamente gran variedad de gestiones administrativas y en los que reciben una atención personalizada. Para garantizar los niveles de accesibilidad necesarios para la prestación del Servicio Universal y mejorar la atención a todos los ciudadanos, el pasado año se inauguraron 17 nuevas oficinas y se amplió el horario de tarde en otras 19.

La División de Oficinas, en la que trabajan más de 11.000 empleados, logró concluir los proyectos iniciados dentro del Plan Estratégico 2001-2003 con unos resultados altamente

“Un nuevo modelo de gestión basado en los productos y servicios ofertados”



positivos. Precisamente, el énfasis puesto en la diversificación permitió mejorar los ingresos procedentes de la venta de los distintos productos y servicios, muchos de los cuales se ofertan sobre la base de acuerdos comerciales y de colaboración firmados con empresas que aportan valores atractivos para los clientes de Correos. En esta línea se sitúan los acuerdos alcanzados para la venta de los productos Escudo de Oro e Imagina.

A lo largo del pasado año se abrieron 6 nuevas oficinas **Postal Transfer**, con las que se trata de responder a nuevas necesidades

“Las oficinas Postal Transfer son centros de servicios globales especialmente pensados para responder a las nuevas necesidades sociales”

sociales, ya que son centros de servicios globales especialmente pensados para atender al colectivo de inmigrantes, a los que se facilita la comunicación con sus países de origen. Este tipo de oficinas, además de prestar los servicios postales propios, suministran otros específicos, como locutorios telefónicos, acceso a Internet, videoconferencia y servicios financieros y de envío de dinero.

Fruto del acuerdo alcanzado con **Telecor**, se continuó comercializando también productos de telefonía móvil y efectuando recargas de saldos de todos los operadores españoles, para lo que se inauguraron 7 nuevas tiendas, hasta alcanzar un total de 39.

El servicio de envío de dinero a cualquier parte del mundo denominado “Dinero en minutos”, prestado a través del acuerdo suscrito con **Western Union**, se consolidó en 2003 y su extensión a toda la red de oficinas ha significado un espectacular crecimiento, duplicándose las operaciones, hasta alcanzar una cuota del 10% del mercado español. Además, se han alcanzado acuerdos con Endesa e Hidrocantábrico para gestionar el



cobro de recibos, en la llamada “**ventanilla de la energía**”, para varias zonas de España. Son ya 488 oficinas las que ofrecen este servicio, una iniciativa cada vez más extendida por Europa.

Acciones de mejora

Entre las actividades desarrolladas por la División en aras de una mejora de la calidad destacó la aplicación de las nuevas tecnologías GIS de gestión de la información espacial, que permiten estudiar el dimensionamiento de la red de oficinas en ámbitos urbanos para adaptarla a la demanda de servicios. Por otra parte, se convocó una nueva edición del Premio a la Oficina Excelente, que distingue a aquellas que destacan por el aumento de su eficacia, y se avanzó en el proyecto de implantación del Manual de Calidad en la Imagen en 1.175 oficinas, con la consiguiente mejora física de las mismas. Paralelamente, se acometieron diversas actuaciones encaminadas a la mejora de las infraestructuras, materializadas en la compra de 33 inmuebles y en 63 procesos de reforma y adaptación de locales.

Potenciando los servicios bancarios

En cuanto a la prestación de servicios bancarios, esta actividad representa para Correos, desde que en 1999 firmara un acuerdo con Deutsche Bank para distribuir sus productos, una clara oportunidad para diversificar el negocio de su red de oficinas. La evolución del negocio bancario en los últimos años ha sido muy positiva con un crecimiento de resultados del 19% y del número de clientes en más del 61%.

En esta línea, el Plan Estratégico 2004-2006 sigue apostando por los servicios bancarios al establecer como objetivo básico continuar su potenciación como una fuente de ingresos alternativa al negocio tradicional postal.