



El instrumento empresarial
que impulsa a Correos en el mercado exprés

CHRONOEXPRES

CHRONOEXPRES



CORREOS



EL FORTALECIMIENTO DEL NEGOCIO EXPRÉS

Después de los movimientos estratégicos realizados en 2002 con la alianza con FedEx y la adquisición de Servipack, el año 2003 fue para la nueva Chronoexpres un periodo marcado por la unificación de las estructuras previas de ambas empresas, la obtención de las sinergias previstas y la integración legal al verificarse la fusión por absorción de Servipack, así como por la puesta en marcha de proyectos destinados a mejorar la prestación de sus servicios.

Tras ampliar al 100% su participación en Chronoexpres, Correos se convirtió en propietario único de la empresa, procediendo a aprobar una ampliación de capital con el fin de afrontar el futuro con garantías de éxito. En definitiva, 2003 fue un ejercicio orientado a impulsar a Correos en el mercado de la paquetería expres.

El camino hacia el liderazgo

Durante el pasado ejercicio Chronoexpres abordó importantes iniciativas en todas sus áreas con el fin de continuar avanzando tanto en la relación con los clientes como en la eficiencia operativa y financiera, al tiempo que llevó a cabo una profunda renovación de su dirección.

“La empresa avanzó en la relación con sus clientes y en la eficiencia operativa y financiera”

La actividad desarrollada el pasado año, con más de 17,34 millones de envíos, continuó situando a Chronoexpres como una de las principales compañías de paquetería empresarial, consolidándose en el mercado de valija bancaria con una cuota superior al 37% y alcanzando una posición de liderazgo en el sector de ópticas con una cuota aproximada del 58%.

La esperada reactivación de la economía en 2004 así como los crecimientos previstos por encima del 10% en el sector de la paquetería exprés para los próximos años, favorecerán la captura de cuota de dicho mercado por parte de Chronoexpres y la mejora progresiva de su sistema de costes gracias a la aplicación de economías de escala.

Calidad de los servicios

Durante 2003, la empresa procedió a su consolidación organizativa, a la reestructuración de sus infraestructuras y al desarrollo de una serie de medidas internas con las que impulsar su crecimiento, tales como la implantación del sistema de gestión por procesos y su unificación en toda la red, que han permitido la obtención del Certificado de Calidad según la norma UNE-EN ISO 9001.



“Chronoexpres implementó mejoras en su negocio internacional”

Chronoexpres centró también sus esfuerzos en la mejora de la atención al cliente. Se procedió al diseño e implantación de operativas especiales para grandes clientes. Asimismo, la compañía realizó encuestas de satisfacción a clientes e implantó un nuevo sistema para la gestión de las consultas y quejas recibidas, así como un nuevo tratamiento de reclamaciones y siniestros, que redujo en un 45% las incidencias y mejoró los tiempos de respuesta. Adicionalmente, se crearon grupos especializados de atención telefónica, realizando un seguimiento de sus niveles de calidad, y se procedió a la consolidación e integración de los dos centros de Atención al Cliente en Madrid y Barcelona.

Por otra parte, la unificación de los sistemas de información anteriores a la adquisición de Servipack en el nuevo sistema RENOVA está permitiendo la consecución de las sinergias esperadas. En esa línea se desarrolló también una operativa específica con FedEx.



Por último, se implantaron mejoras en el negocio internacional con la integración operativa y de sistemas tanto a nivel interno como con las redes exteriores, y la reorganización regional de los trabajadores del área.

Tras las actuaciones emprendidas en 2003 y los resultados obtenidos, Chronoexpres afronta un nuevo reto de futuro, el de continuar mejorando para aspirar a posicionarse como líder de la paquetería exprés, apoyándose en una política comercial centrada en la captación de nuevos clientes y en la fidelización de la actual cartera.

