

Correos avanza en línea con una estrategia que
añada valor a la empresa y sustente el desarrollo
de nuevas actividades

OTRAS ÁREAS CLAVE DE NEGOCIO

  **CORREOS**
902 197 197


CORREOS



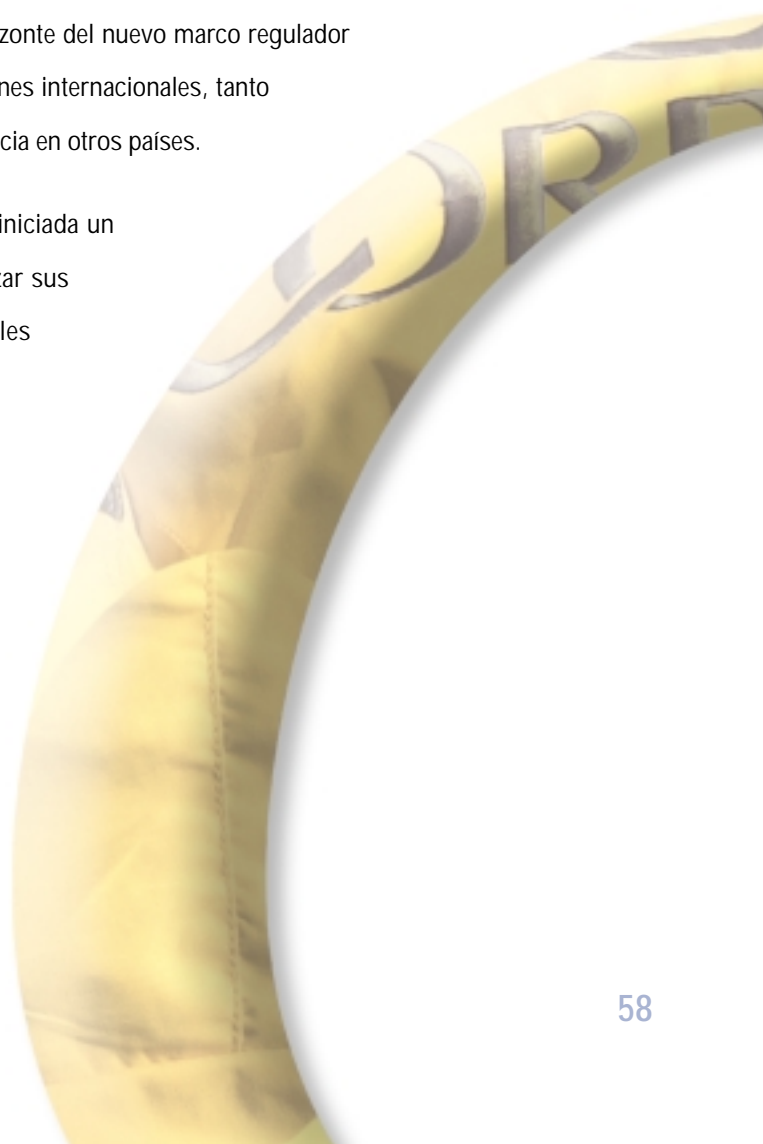
UNIDAD INTERNACIONAL: AMPLIANDO NUESTRAS FRONTERAS

El escenario internacional que viene dibujando la globalización de la economía desde hace décadas ha establecido un nuevo concepto de expansión del negocio al que las empresas no pueden permanecer ajenas si quieren ser competitivas. En un momento en el que los constantes avances tecnológicos facilitan enormemente la comunicación a distancia, el crecimiento y el liderazgo de una gran compañía aparecen íntimamente ligados a la internacionalización de su actividad y a la búsqueda de nuevos mercados.

Inmerso en esta realidad, el sector postal europeo se encuentra embarcado, además, en un proceso de liberalización que se completará en 2009 con la total apertura del mercado comunitario. El horizonte del nuevo marco regulador ha llevado ya a todos los operadores postales a rediseñar y fortalecer sus planes internacionales, tanto para hacer frente al aumento de la competencia como para aumentar su presencia en otros países.

Con este doble objetivo, Correos continuó reforzando en 2003 la estrategia iniciada un año antes con la creación de la Unidad Internacional destinada a comercializar sus productos y servicios en el extranjero y a posicionarse entre los principales operadores postales tanto en Europa como en Latinoamérica.

Durante el pasado año, la Unidad de Desarrollo Internacional asumió todas las competencias relativas a la gestión de los negocios de correspondencia y paquetería internacionales, buscando su consolidación en el mercado extranjero a través de unas líneas estratégicas de actuación que han supuesto un claro avance para Correos y para sus clientes. En esta línea, se iniciaron acciones para el desarrollo del correo de negocios, el producto más comercializado fuera de nuestras fronteras, mediante acuerdos bilaterales con otros operadores europeos, que proporcionan a Correos una alternativa más eficiente para el correo comercial con



“El objetivo es fortalecer el posicionamiento de Correos en otros países”

salida desde España. También se incorporaron nuevos servicios internacionales de valor añadido siguiendo los estándares de calidad vigentes en la Unión Europea, con el consiguiente incremento de la calidad en los servicios de exportación.

Paralelamente, con el fin de mejorar la gestión de los envíos internacionales, se establecieron acuerdos con Iberia para hacer un seguimiento eficiente del correo transportado, lo que se ha traducido en unos óptimos niveles de calidad en el tránsito de la correspondencia. Por otra parte, se adaptaron y mejoraron las instalaciones y los recursos para atender los crecientes volúmenes de despachos procedentes de todos los puntos de Europa, y se avanzó en la especialización de las oficinas de cambio de Barcelona y Madrid.

Por último, y para dar soporte tecnológico a la Unidad Internacional, durante 2003 se implementó en las Oficinas de Cambio Internacional -que controlan la totalidad del intercambio de objetos postales con el extranjero-, el seguimiento diario y automatizado de envíos y recepciones a través del sistema CAPE, así como la nueva fórmula de cálculo del número de envíos IPK.

La presencia internacional de Correos

En lo referido a la potenciación de la imagen de Correos en los foros internacionales, uno de los hitos más significativos fue la celebración del Foro Correos-UPAEP (Unión Postal de las Américas, España y Portugal). En el Acuerdo de Cooperación firmado entre estas dos entidades, Correos adquirió el compromiso de organizar un foro de alto nivel con el fin de mejorar sus relaciones con los operadores integrantes, debatir sobre cuestiones estratégicas y promover futuros proyectos de consultoría y cooperación técnica en la región. Este Foro se celebró en Madrid en noviembre de 2003 y en él participaron directores y presidentes de operadores postales de 14 países, responsables de la UPAEP y diversos representantes del Ministerio de Fomento.

El esfuerzo que Correos viene desarrollando en el ámbito internacional y la mayor implicación en el diseño del futuro mundo postal, permitieron a la empresa alcanzar una posición de mayor influencia en el seno de la Unión Postal Universal, detentando la presidencia

“En su primer año de actividad, E-business ha puesto en marcha la estrategia de la compañía en Internet”

del Grupo de Estrategia encargado de presentar el nuevo escenario postal en el próximo Congreso. De forma similar, Correos renegoció distintos acuerdos con International Post Corporation para distintos servicios internacionales como Prime y EPG, en reconocimiento a las mejoras en la calidad introducidas por la empresa a lo largo del pasado año.



E-BUSINESS: CANALES VIRTUALES PARA NUEVAS NECESIDADES

La generalización de Internet y su determinante presencia en la evolución de las relaciones socioeconómicas, han convertido la presencia en el sector electrónico en un importante objetivo estratégico para las compañías, ya que aporta valor añadido a la empresa y permite sustentar el desarrollo de nuevas líneas de negocio.

Para el sector postal en general, y para Correos en particular, Internet ha supuesto un salto cualitativo en la prestación de sus servicios tradicionales y un potente canal para la creación de otros nuevos. En su primer año de actividad, la Unidad de E-business inició la puesta en marcha de la **estrategia en Internet** de la compañía, destinada a potenciar este canal y acercarlo a los usuarios, con el firme propósito de establecer una auténtica **oficina postal virtual** a través de la cual acceder a los productos de Correos. Para ello, los sistemas de la Unidad de E-business evolucionaron durante 2003 para proporcionar tanto a clientes como a empleados, un servicio cada vez más completo, cómodo y rápido. Precisamente con este objetivo, el pasado mes de diciembre se lanzó una última versión del portal corporativo acorde con la nueva imagen de la entidad, con nuevos contenidos y los más avanzados parámetros de navegación.

Desarrollo de nuevos servicios en este canal

El desarrollo de **Correos on line** durante el pasado año consolidó la página web (www.correos.es) como uno de los **canales** de comercialización de la compañía, adaptando las características del portal a las nuevas necesidades. Junto a la información corporativa

y a las prestaciones tradicionales de la web (localizador de oficinas, seguimiento de Postal Exprés, etc.), Correos on line continuó innovando y desarrollando nuevos productos y servicios digitales.

Correo Digital, que permite al usuario el envío de cartas y postales desde el ordenador, amplió sus posibilidades en 2003, permitiendo a los clientes anexar archivos en formato Word o PDF que después Correos imprime, ensobra y envía. Durante el pasado año también se incorporaron a la oferta habitual una amplia gama de tarjetas de felicitación navideña, iniciativa con gran acogida, ya que este producto supuso un 25% del total de envíos gestionados. Con ello se avanza en el objetivo de facilitar a los clientes la emisión de envíos y todo lo relativo a la disponibilidad del servicio postal 24 horas al día, 7 días a la semana. Entre los productos específicos de este canal también destacan **Correos Prisma** y el servicio de **Notificaciones Telemáticas Seguras**.

Además, los usuarios del portal tienen la posibilidad de adquirir postales de las ONG Médicos Sin Fronteras y ACNUR, gracias a un acuerdo por el cual la empresa cede un porcentaje de los beneficios obtenidos por las ventas de estas tarjetas.

Por otra parte, se han puesto en marcha a través del canal electrónico diversas aplicaciones destinadas a facilitar la gestión interna de la compañía, como el **Portal de Entidades Colaboradoras**, que proporciona a estas empresas toda la documentación necesaria para la gestión de clientes, el seguimiento de envíos y el control de la facturación a través de Internet. Asimismo, este canal supone para Correos



un importante instrumento para la captación, control y registro de clientes que mejora, además, la eficiencia en los procesos de admisión, gestión y facturación de envíos.

CORREO HÍBRIDO, EL VALOR DE UN SERVICIO DE GESTIÓN INTEGRAL

Correo Híbrido es una filial 100% de Correos especializada en gestionar las acciones de comunicación masiva de las empresas. Para ello, centraliza su estrategia en la aplicación de las nuevas tecnologías y la oferta de una amplia gama de servicios adaptados a las necesidades de cada cliente, gestionando la información, diseñando los documentos, y realizando la impresión y el ensobrado de los mismos para su posterior clasificación y depósito en Correos. Esta actividad aporta dos grandes ventajas a la compañía: apoya la estrategia de diversificación y proporciona un servicio de valor añadido a los clientes fomentando su fidelización.

Debido al importante crecimiento de las ventas y a la necesidad de prestar un mejor servicio, Correo Híbrido está constantemente renovando y ampliando sus instalaciones y equipos de producción. Durante 2003, se invirtió un total de 1,4 millones de euros en la ampliación de centros y en la instalación de tecnologías informáticas líderes en el mercado que mejoran la eficiencia y generan entre los clientes confianza y seguridad.



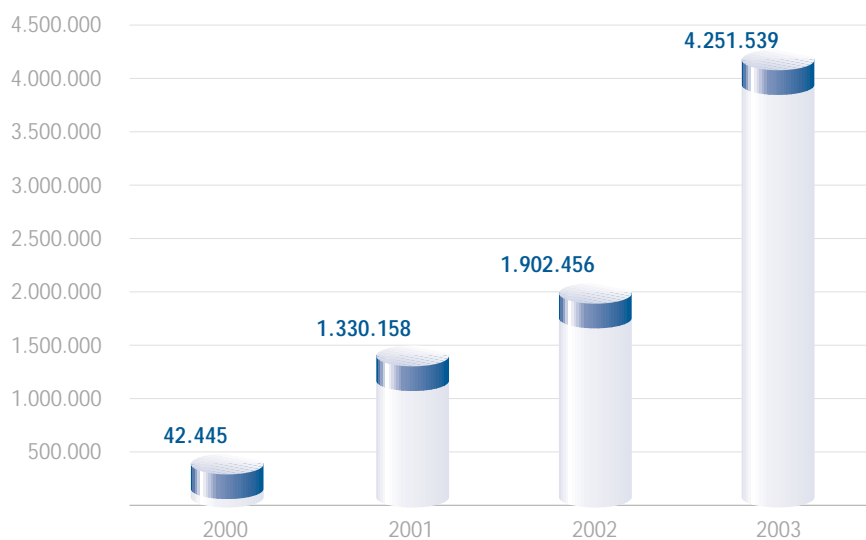
“Durante el pasado año Correo Híbrido incrementó su facturación un 123%”

Resultados

A lo largo del pasado año, Correo Híbrido dio servicio a más de 100 clientes e incrementó las ventas en un 123% respecto a 2002, pasando de tener un volumen de facturación de 1,9 millones de euros a superar los 4,2 millones de euros. Este crecimiento significa que la compañía ha obtenido, por primera vez desde su constitución, un resultado neto positivo, con un crecimiento del 139%.



Evolución anual de las ventas (en euros)



“Correos Telecom continuó comercializando y prestando servicios técnicos en materia de telecomunicaciones”



CORREOS TELECOM, HACIA LA OPTIMIZACIÓN DE LA RED DE TELECOMUNICACIONES

Durante 2003, Correos Telecom continuó prestando a Correos servicios técnicos y de gestión de su red de telecomunicaciones, así como servicios de comercialización de su infraestructura excedentaria. Los beneficios obtenidos por Correos Telecom durante el pasado ejercicio ascendieron un 36% respecto a 2002 mientras que las ventas en sus líneas de negocio aumentaron un 15,2%.

En cuanto a la comercialización de infraestructuras excedentarias, Correos Telecom contribuyó a aumentar la cifra de negocio de Correos en un 15% sobre el año anterior. Se incrementó el volumen de emplazamientos radioeléctricos en ubicaciones de Correos en un 43% y se consiguió aumentar en un 50% el volumen de canalizaciones y postería para la fibra óptica comercializada.

Por otra parte, además de formalizar contratos con nuevos clientes, Correos Telecom llevó a cabo un gran esfuerzo de fidelización de los ya existentes aumentando la calidad del servicio de mantenimiento de las infraestructuras.



FILATELIA: ENTRE LA TRADICIÓN Y EL FUTURO

El bagaje histórico y cultural acumulado durante siglos de tradición filatélica ha proporcionado a la sociedad un importante legado que los operadores postales de todo el mundo deben conservar y difundir.

La Unidad de Filatelia, orientada fundamentalmente a la promoción y el desarrollo de las actividades filatélicas de la empresa, continuó desarrollando el pasado año su labor, fomentando el coleccionismo y aumentando la cartera de productos. Resultado de su esfuerzo ha sido el incremento de la facturación en un 24% respecto al



año anterior y el ascenso total de las ventas a través de los distintos canales de distribución.

Entre las aportaciones más significativas que la Unidad de Filatelia realizó para impulsar el coleccionismo y aportar valor añadido a los productos filatélicos destacan las 57 emisiones conmemorativas de sellos, entre las que cabe resaltar las dedicadas a los Premios Nobel españoles que se emitieron conjuntamente con el correo sueco; las diez hojas bloque con las que se rindió homenaje a la Constitución Española en su 25 aniversario; la serie dedicada a Diarios Centenarios, iniciada con el sello del Centenario del Diario ABC, la presentación de los sellos dedicados a Camilo José Cela y el primer sello emitido en Braille para recordar el Año Europeo de las Personas con Discapacidad.

En el ámbito internacional se prosiguieron los trabajos realizados dentro de organizaciones como la Union Postal Universal, especialmente a través de la World Association for the Development of Philately y de Posteurop, así como la colaboración con instituciones de filatelia como la International Federation of Philately. Además, durante el año 2003 Correos continuó colaborando estrechamente con las organizaciones de coleccionistas y comerciantes filatélicos a través de la participación

en numerosas exposiciones, entre las que figuran la Exposición Nacional de Filatelia Juvenil Juvenia 2003, la Feria Nacional del Sello, Exfilna 2003 o Barnafil. Por último, también se desarrollaron iniciativas educativas como el concurso "Diviértete con los Sellos", destinado a despertar entre los escolares el interés por la cultura a través de la filatelia.

El **Museo Postal y Telegráfico** recibió el pasado año miles de visitas de grupos escolares y universitarios, asociaciones culturales y colectivos de diferentes sectores profesionales. Además, se incrementaron nuevamente los fondos custodiados por el Museo y se organizaron exposiciones temporales para potenciar la difusión de sus colecciones. Finalmente, se avanzó en la catalogación de sus fondos en línea con el propósito de crear un archivo histórico de Correos que recoja el patrimonio documental de una institución postal a punto de cumplir 300 años de existencia.

