

Con objeto de fomentar la investigación sobre el Servicio Postal y Telegráfico en España

CORREOS SUSCRIBE UN CONVENIO CON LA UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

- ✓ **El equipo de investigación determinará el impacto económico del servicio postal en el crecimiento de la economía española**

Madrid, 13 de junio de 2011.- **CORREOS** ha suscrito un convenio con el Departamento de Historia de Instituciones Económicas de la Universidad Carlos III de Madrid con objeto de fomentar la investigación sobre el Servicio Postal y Telegráfico en España, a través de la historia económica.

El convenio ha sido firmado por Daniel Peña Sánchez de Rivera, Rector de la Universidad Carlos III, y Alberto Lafuente Félez, Presidente de **CORREOS**.

Durante este programa de investigación, con una duración prevista de dieciocho meses, los expertos determinarán el impacto económico del servicio postal en el crecimiento a largo plazo de la economía española. Asimismo, y desde una perspectiva microeconómica, servirá para especificar la contribución que ha realizado **CORREOS** a la constitución del mercado español.

El servicio postal español fue uno de los primeros servicios públicos creados en el siglo XIX y ha jugado un papel central en el desarrollo de la economía española. Sin embargo, prácticamente no se conoce nada sobre su impacto macroeconómico a largo plazo. Con este estudio se pretende cubrir esta laguna y para ello el equipo de investigación se interesará por la evolución del marco de las relaciones laborales, los mercados internos de trabajo o las causas de la feminización temprana de la plantilla de **CORREOS**, entre otros aspectos.

CORREOS mantiene una estrecha vinculación con el mundo universitario, dado que durante los últimos años el Centro de Formación de la Sociedad Estatal ha funcionado como Centro Asociado de la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED), para promover e incentivar la formación de sus empleados.

Por otra parte, la formación y el desarrollo profesional de los trabajadores postales son objetivos estratégicos de la empresa postal y la capacitación y permanente actualización de su plantilla, las principales fortalezas con las que cuenta para mantener su posición de liderazgo en el mercado español. Los dos millones de horas de formación que recibieron sus empleados el pasado año son la mejor prueba de ese compromiso.