



# Correos: Marco legal, organización y estrategia. Organismos reguladores.

---



TEMA 9

**CURSO DE CONSOLIDACIÓN DE CORREOS**



1. Normas que regulan la prestación de los Servicios Postales (pág. 4)
2. Ley 43/2010, del SPU, de los derechos de los usuarios y del Mercado Postal (pág. 5)
  - 2.1. Clasificación de los Servicios Postales (pág. 6)
    - 2.1.1. En función de las exigencias de la prestación (pág. 6)
    - 2.1.2. En función de las garantías que se otorgan al envío (pág. 8)
  - 2.2. La Red Postal (pág. 8)
  - 2.3. Garantías concedidas a Correos (pág. 8)
  - 2.4. Derechos de los usuarios de los Servicios Postales (pág. 9)
  - 2.5. Los precios de los Servicios Postales (pág. 12)
  - 2.6. Coste y financiación de las obligaciones de Servicio Público (pág. 13)
  - 2.7. Inspección, infracciones y sanciones (pág. 14)
3. La estructura de la S.E. Correos y Telégrafos, S.A. (pág. 14)
  - 3.1. Sociedad Estatal (pág. 14)
  - 3.2. Gobierno y administración de Correos (pág. 15)
  - 3.3. Organización periférica de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos (pág. 18)
    - 3.3.1. Direcciones de Zona (pág. 18)
    - 3.3.2. Estructura Zonal (pág. 18)
4. El Grupo Correos (pág. 19)
  - 4.1. Estructura del Grupo Correos (pág. 22)
  - 4.2. Cifras Clave del Grupo 2019 (pág. 22)
5. Objetivos y estrategia (pág. 24)
  - 5.1. Internacionalización (pág. 24)
    - 5.1.1. Expansión Internacional en Portugal (pág. 25)

- 5.1.2 Expansión Internacional en el Sudeste Asiático (pág. 26)
- 5.2 Redefinición del modelo logístico y mejora de la eficiencia (pág. 27)
- 5.3 Implantación de un modelo de flota eficiente (pág. 27)
- 5.4 Diversificación de la cartera de productos y servicios (pág. 28)
  - 5.4.1. Nuevos servicios de paquetería para las nuevas necesidades (pág. 29)
  - 5.4.2. Sistemas de información para una entrega efectiva (pág. 29)
  - 5.4.3. Soluciones para el comercio electrónico internacional (pág. 30)
  - 5.4.4. Correos Express: una oferta integral para España y Portugal (pág. 30)
  - 5.4.5. Tecnología y experiencia al servicio del e-commerce (pág. 31)
  - 5.4.6. Citypaq al servicio de compradores y vendedores online (pág. 33)
  - 5.4.7. Visibilizar los productos de calidad de la España rural (pág. 33)
  - 5.4.8. Soluciones eficientes de comunicación física y digital (pág. 34)
  - 5.4.9. La publicidad del futuro: multicanal y personalizada (pág. 35)
  - 5.4.10. Las oficinas: plataformas de servicios para los ciudadanos (pág. 36)
  - 5.4.11. Servicios de telecomunicaciones y conectividad (pág. 37)
  - 5.4.12. La filatelia como reflejo de la sociedad (pág. 38)
- 5.5 Estabilización del empleo y mejora de la capacitación de las personas (pág. 38)
- 5.6 Potenciación del Servicio Público prestado por Correos (pág. 42)
- 6. Organismos reguladores (pág. 42)
  - 6.1. Organismos de la Administración española con competencias postales (pág. 42)
  - 6.2. Organizaciones internacionales de las que forma parte Correos (pág. 45)

## 1. NORMAS QUE REGULAN LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS POSTALES

Las normas que regulan la prestación de los servicios postales en España son:

La Directiva Postal de la Unión Europea: **Directiva 97/67/CE, de 15 de diciembre de 1997 (modificada por la Directiva 2002/39/CE y por la Directiva 2008/6/CE)**, relativa a las normas comunes para el desarrollo del mercado interior de los servicios postales de la Comunidad y la mejora de la calidad del servicio.

La Ley del Servicio Postal Universal, de los Derechos de los Usuarios y del Mercado Postal -en adelante Ley Postal- (**Ley 43/2010, de 30 de diciembre**), ley que pretende proporcionar un nuevo marco legal que, al tiempo que incorpora al ordenamiento interno (Español) la Directiva postal 2008/6/CE, garantiza los derechos de los ciudadanos a recibir un servicio postal universal de amplia cobertura territorial y elevada calidad y eficiencia y refuerza la sostenibilidad financiera de este servicio que se encomienda a la sociedad estatal Correos y Telégrafos, S.A.

El Reglamento de Prestación de los Servicios Postales (**Real Decreto 1829/1999, de 3 de diciembre**), por el que se aprueba el Reglamento por el que se regula la prestación de los servicios postales, en desarrollo de lo establecido en la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales.

Los servicios de telegramas, no se regulan en la normativa postal, sino en la **Ley 9/2014, de 9 de mayo**, General de Telecomunicaciones.

### *Pasos normativos de la liberalización del mercado*

*Aunque perfilada desde 2002 con el Libro Verde sobre el mercado único de los servicios postales, la liberalización del mercado postal español se desarrolló en sucesivas etapas desde 1998 hasta 2011. Estas normativas jalaron ese proceso.*

***Ley 24/1998, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de Servicios Postales.** Trasposición de la Directiva 97/67/CE, regula los servicios postales en España para garantizar la prestación del servicio postal universal (SPU) y asegurar la libre competencia. Encomienda a Correos la prestación del SPU y fija su abanico de servicios (giro, cartas de hasta 2 kg, paquetes de hasta 10 kg). Es una liberalización parcial ya que reserva a Correos determinados derechos y un importante nicho de mercado (cartas y tarjetas postales interurbanas e internacionales de menos de 150 gramos, giro). La Ley establecía 350 gramos que en años posteriores se fueron modificando hasta los 150 gramos mencionados.*

***Real Decreto 81/1999.** Regula el sistema de autorizaciones administrativas y el registro general de empresas prestadoras de servicios postales.*

***Directiva 2002/39/CE.** Fija un calendario de liberalización hasta 2009 que reduce el ámbito reservado a Correos (cartas de hasta 100 gramos en 2003 y de hasta 50 gramos en 2006) y refuerza las competencias de las autoridades nacionales de reglamentación.*

***Real Decreto 1298/2006.** Regula el acceso a la red postal pública de los operadores autorizados que presten servicios incluidos en el ámbito del SPU.*

***Ley 23/2007.** Creación de la Comisión Nacional del Sector Postal como órgano independiente regulador del sector, para velar por la libre competencia.*

***Ley 43/2010, del Servicio Postal universal, de los Derechos de los Usuarios y del Mercado Postal.** Trasposición de la Directiva 2008/6/CE, supone el fin del monopolio postal público. Fija para el 1 de enero de 2011 la completa liberalización del mercado español y elimina las áreas reservadas a Correos. Designa a Correos como prestador del SPU durante 15 años y garantiza su sostenibilidad financiera mediante un fondo.*

***Ley 3/2013.** Creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, que asume las competencias de funcionamiento y competencia efectiva del sector postal, dejando a la Subdirección General de Régimen Postal del Ministerio de Fomento las relativas al Servicio Postal Universal, inspección y autorizaciones.*

## 2. LEY 43/2010, DEL SPU, DE LOS DERECHOS DE LOS USUARIOS Y DEL MERCADO POSTAL

La vigente **Ley 43/2010, de 30 de diciembre (Ley Postal)** publicada en el BOE número 318 el 31 de diciembre de 2010 y con entrada en vigor el 1 de enero de 2011, deroga la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales.

El objeto de la presente ley es la regulación de los servicios postales con el fin de garantizar la prestación del servicio postal universal, de satisfacer las necesidades de comunicación postal dentro de España y de España con el extranjero, y de asegurar la libre competencia en el sector en condiciones adecuadas de calidad, eficacia, eficiencia y pleno respeto de los derechos de los usuarios y de los operadores postales y sus trabajadores.

Todos los usuarios remitentes o destinatarios de envíos postales tienen derecho a un servicio postal universal de calidad y a precios asequibles, conforme a la normativa europea y nacional de aplicación.

Esta Ley regula la recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de los **envíos postales** nacionales y transfronterizos. El servicio de giro postal se considera como servicio complementario a los servicios postales (no forma parte del SPU).

Quedan excluidos del ámbito de aplicación de esta Ley los servicios realizados en régimen de autoprestación, así como los servicios relativos a los envíos sin dirección postal del destinatario.

Se entiende que existe régimen de **autoprestación** cuando la prestación de los servicios postales se efectúe directamente por el propio remitente de los envíos, o bien cuando se realice valiéndose de un tercero que actúe, en exclusiva, para el mismo. En este último caso los servicios prestados al remitente por el tercero deberán comprender la totalidad del proceso postal de recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de los envíos.

Para la Ley Postal son **servicios postales** los servicios consistentes en la recogida, la admisión, la clasificación, el transporte, la distribución y la entrega de los envíos postales. Los servicios postales son servicios de interés económico general que se prestan en régimen de libre competencia. Están sometidos a obligaciones de servicio público los servicios incluidos en el servicio postal universal encomendado, por un período de 15 años a partir de la entrada en vigor de la presente ley, al operador designado (Correos) conforme a la disposición adicional primera, y los que se impongan a los titulares de autorizaciones administrativas singulares en los términos dispuestos en la Ley Postal.

Transcurrido el plazo de 15 años a que se refiere la Disposición adicional primera de esta ley se podrá designar a una o varias empresas como proveedores del servicio universal de modo que quede cubierto la totalidad del territorio nacional. Asimismo, se podrán designar a diferentes empresas para la prestación de diversos elementos del servicio universal o cubrir distintas partes del territorio nacional. Las condiciones de adjudicación del servicio universal se basarán en principios de transparencia, no discriminación y proporcionalidad, de modo que se garantice la continuidad de la prestación del servicio universal, teniendo en cuenta la importante función que desempeña en la cohesión social y territorial.

El operador designado por el Estado para la prestación del servicio postal universal quedará exento de los tributos que graven su actividad vinculada al servicio postal universal, excepto el impuesto sobre Sociedades.

La Ley define el **envío postal** como todo objeto destinado a ser expedido a la dirección indicada por el remitente sobre el objeto mismo o sobre su envoltorio, una vez presentado en la forma definitiva en la cual debe ser recogido, transportado y entregado. Además de los envíos de correspondencia \*, incluirá la publicidad directa, los libros, catálogos, diarios, publicaciones periódicas y los paquetes postales que contengan mercancías con o sin valor comercial, cualquiera que sea su peso.

**\*Envío de correspondencia es la comunicación materializada en forma escrita sobre un soporte físico de cualquier naturaleza, que se transportara y entregara en la Dirección indicada por el remitente sobre el propio envío o sobre su envoltorio (la carta). La publicidad directa, los libros, catálogos, diarios y publicaciones periódicas no tendrán la consideración de envíos de correspondencia.**

No se consideraran envío postal ni se podrán admitir como tales los envíos que contengan objetos cuyo tráfico o circulación esté prohibido o sea delito.

## 2.1. CLASIFICACIÓN DE LOS SERVICIOS POSTALES

Los servicios postales permiten diversas clasificaciones, en función del criterio que se aplique para llevarlas a cabo: las exigencias de la prestación o las garantías que se otorgan al envío.

### 2.1.1. EN FUNCIÓN DE LAS EXIGENCIAS DE LA PRESTACIÓN

Los servicios postales, en función de las exigencias de prestación, se clasifican en:

- **Servicios incluidos en el ámbito del Servicio Postal Universal:** son servicios que debe prestar Correos en todo el territorio español los cinco días laborables de la semana, por exigencia legal. La Ley define el Servicio Postal Universal como el conjunto de servicios postales de calidad determinados en la Ley y sus reglamentos de desarrollo, prestados de forma permanente en todo el territorio nacional y a precio asequible para todos los usuarios. Todos los servicios que presta Correos en el ámbito del servicio postal universal están exentos de la aplicación del IVA.
- **Servicios no incluidos en el ámbito del Servicio Postal Universal:** son servicios que Correos presta porque económicamente le resulta rentable, pero no tiene ninguna obligación legal de hacerlo.

SERVICIOS POSTALES	
SERVICIO POSTAL UNIVERSAL	NO INCLUIDOS EN EL SERVICIO POSTAL UNIVERSAL
Carta hasta 2 Kg.	Envíos publicitarios, libros, periódicos, envíos urgentes, envíos de paquetería distintos al paquete azul y al paquete internacional económico, etc.
Paquete a domicilio (Azul e internacional económico).	
Derechos de certificado y valor declarado de las cartas y paquetes anteriores.	

Los envíos incluidos en el ámbito del Servicio Postal Universal son la carta, hasta 2 Kg de peso, un paquete postal de entrega a domicilio, hasta 20 Kg de peso (Correos cumple esa obligación con el paquete azul en el ámbito nacional y con el paquete internacional económico en el ámbito internacional o transfronterizo\*) y los servicios de envíos certificados y envíos con valor declarado en cartas, paquete azul y paquete internacional económico.

**\*Correo transfronterizo es aquel con origen o destino en otro Estado miembro de la Unión Europea o un país tercero.**

Los envíos nacionales y transfronterizos de publicidad directa, de libros, de catálogos, de publicaciones periódicas y los restantes cuya circulación no este prohibida, serán admitidos para su remisión en régimen de servicio postal universal, siempre que este se lleve a cabo con arreglo a alguna de las modalidades previstas en el apartado anterior (como cartas o como paquete azul o paquete internacional económico).

La prestación del servicio postal universal así como las relaciones de los usuarios con el operador designado, se regirán por los principios de equidad, no discriminación, continuidad, buena fe, y adaptación a las necesidades de los usuarios.

A estos efectos se entenderá por:

- Equidad: ofrecer a los usuarios que estén en condiciones similares el mismo tratamiento y prestaciones idénticas.
- No discriminación: prestar el servicio sin diferenciación de ningún tipo entre los usuarios que se encuentren en condiciones análogas, especialmente las derivadas de consideraciones políticas, religiosas, raciales, sexuales, culturales o ideológicas o de discapacidad.
- Continuidad: no interrumpir ni suspender el servicio, salvo en casos de fuerza mayor y previa comunicación a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, que podrá denegarla.

La actuación del operador designado gozará de la presunción de veracidad y fehaciencia en la distribución, entrega y recepción o rehúse o imposibilidad de entrega de notificaciones de órganos administrativos y judiciales, tanto las realizadas por medios físicos, como telemáticos.

Las notificaciones practicadas por los demás operadores postales surtirán efecto de acuerdo con las normas de derecho común.

El Gobierno podrá imponer al operador designado para prestar el servicio postal universal otras obligaciones de servicio público, cuando así lo exijan razones de interés general o de cohesión social o territorial, mejora de la calidad de la educación y protección civil, o sea necesario para salvaguardar el normal desarrollo de los procesos electorales, de conformidad con lo dispuesto en la normativa que regula el régimen electoral general. Igualmente, podrá imponer al citado operador y a los operadores que presten servicios postales al amparo de una autorización administrativa singular obligaciones de servicio público en circunstancias extraordinarias para garantizar la seguridad pública o la defensa nacional.

La imposición de obligaciones adicionales de servicio público deberá ser objeto de compensación.

### 2.1.2. EN FUNCIÓN DE LAS GARANTÍAS QUE SE OTORGAN AL ENVÍO

Los envíos postales se clasifican en función de las garantías que se otorgan al envío en servicios de envíos generales, servicios de envíos certificados y servicios de envíos con valor declarado.

**Son servicios de envíos generales** aquellos para los que el operador postal no otorga más garantías al envío que las ofrecidas con carácter general. Se admiten sin recibo y se entregan sin recoger la firma del destinatario.

**Son servicios de envíos certificados** los que establecen una garantía fija contra el riesgo de pérdida, sustracción o deterioro. El remitente queda con una prueba del depósito del envío y puede obtener también prueba de la entrega del mismo.

**Son servicios de envíos con valor declarado** los que permiten asegurar estos por el valor que ha declarado el remitente, para cubrir los casos de pérdida, sustracción o deterioro.

### 2.2. LA RED POSTAL

Se entiende por red postal el conjunto de la organización y de los medios de todo orden que, empleados por el operador designado para la prestación del servicio postal universal (Correos), permiten, en particular:

- La **recogida** de los envíos postales en los puntos de acceso de todo el territorio nacional.
- La **admisión** por el operador postal de los envíos postales que le son confiados por el remitente para la realización del proceso postal integral y del que se hace responsable.
- La **clasificación** de estos envíos desde el punto de acceso a la red postal hasta el centro de distribución.
- El **transporte** de los envíos postales efectuado por cualquier tipo de medios hasta su distribución final.
- La **distribución** realizada en los locales de destino del operador postal correspondiente a donde han sido transportados los envíos postales de forma inmediatamente previa a su entrega final al destinatario de los mismos.
- La **entrega** en las direcciones indicadas en los envíos, con las salvedades que se establezcan reglamentariamente\*.

**\*Distribución y entrega son dos operaciones diferentes, pero conviene tener en cuenta que, a veces, los manuales de Correos identifican con la palabra distribución las dos operaciones: la de distribución y la de entrega.**

### 2.3. GARANTÍAS CONCEDIDAS A CORREOS

La Ley Postal concede a Correos una serie de garantías para asegurar la prestación del servicio postal universal y su buen funcionamiento:



- El derecho a la utilización exclusiva de la denominación "Correos", del término "España", del emblema consistente en una cornamusa en la que figure además la corona de España, o de cualquier otro signo que identifique al operador designado o al carácter de los servicios que preste dentro de tal ámbito.
- La ocupación del dominio público, para el establecimiento de la red postal, mediante la instalación de buzones destinados a depositar los envíos postales, previa autorización del órgano competente de la Administración titular de aquel. Los titulares del dominio público no podrán, a estos efectos, dar un trato discriminatorio al operador citado, respecto del otorgado a otros operadores.
- La condición de beneficiario en el procedimiento de expropiación forzosa por causa de utilidad pública, que se sujetara al trámite especial de urgencia regulado en el artículo 52 de la Ley de Expropiación Forzosa, de 16 de diciembre de 1954, para la realización de las obras e instalaciones necesarias para la organización de la prestación del servicio postal universal.
- La cesión de espacios por las entidades que gestionan la red de ferrocarriles, puertos y aeropuertos destinados a las actividades y prestaciones del servicio postal universal.
- La distribución de los sellos de Correos u otros medios de franqueo, pudiendo realizarse la venta al por menor a través de la red postal o a través de terceros.

#### **2.4. DERECHOS DE LOS USUARIOS DE LOS SERVICIOS POSTALES**

Tiene la consideración de usuarios postales las personas físicas o jurídicas o entes sin personalidad que se benefician de la prestación de un servicio postal como remitentes o destinatarios.

Se entiende por **remitente** la persona física o jurídica o entidad sin personalidad de quien procede el envío postal. A los efectos de determinar el origen de un envío postal se considera que este se encuentra en la dirección postal que figure como remite, en el envío o en su envoltorio. Si no consta la Dirección del remitente, se entenderá por origen del envío el lugar de residencia del remitente, en el caso de las personas físicas y su domicilio social, en el caso de las personas jurídicas.

Se entiende por **dirección postal** la identificación de los remitentes o de los destinatarios por su nombre y apellidos, si son personas naturales, o por su denominación o razón social, si son personas jurídicas o entidades sin personalidad, así como las señas de su domicilio (tipo y denominación de la vía, número de la finca, datos de la vivienda o local, número de casillero domiciliario postal, código postal y localidad) o los datos necesarios para la entrega de los envíos en oficina (envíos dirigidos a Lista o a apartados).

Los operadores postales garantizarán a los usuarios el respeto al secreto e inviolabilidad de las comunicaciones postales, el respeto al honor y a la intimidad personal y familiar de los usuarios, la obligación de protección de datos y el cumplimiento de la normativa en materia de transporte de sustancias peligrosas, protección del medio ambiente y ordenación territorial.

**El secreto de los envíos postales** afecta al contenido de los mismos e implica la absoluta prohibición para los operadores postales y para sus empleados de facilitar dato alguno relativo

a la existencia del envío postal, a su clase, a sus circunstancias exteriores, a la identidad del remitente y del destinatario o a sus direcciones, salvo petición de estos, sus representantes legales o mediante resolución judicial.

En ningún caso pueden considerarse amparados por el secreto de las comunicaciones los contenedores, de cualquier naturaleza, que sirven para el transporte de los envíos postales.

Los operadores postales deberán cumplir con el deber de fidelidad en la custodia y gestión de los envíos postales. Se considera **violación de los envíos postales** la detención contraria a derecho, el intencionado curso anormal, la apertura ilegal, la sustracción, la destrucción, la retención indebida y la ocultación de los citados envíos postales.

Los usuarios de los servicios postales tienen una serie de derechos:

- **Derecho a la prestación de un servicio postal universal de calidad**, prestado de forma permanente, en todo el territorio nacional y a precios asequibles.
- **Derecho de información sobre los servicios postales.** Todos los operadores postales, incluido el operador designado para prestar el servicio postal universal, deberán informar a los usuarios, de manera completa, veraz y puntual, de los servicios postales que presten, y pondrán a su disposición toda la información relativa a las condiciones de acceso, precio, nivel de calidad, e indemnizaciones y plazo en el que serán satisfechas, así como las normas técnicas que resulten aplicables. Asimismo informaran de los procedimientos y medios de reclamación que tengan establecidos, y de los recursos que procedan.
- **Derecho de reclamación.** Los operadores postales deberán atender las quejas y reclamaciones que les presenten los usuarios en los casos de pérdida, robo, destrucción, deterioro o incumplimiento de las normas de calidad del servicio, o cualquier otro incumplimiento relacionado con la prestación de los servicios postales.

Para la tramitación de las reclamaciones de los usuarios, los operadores postales establecerán procedimientos sencillos, gratuitos y no discriminatorios, basados en los principios de proporcionalidad y celeridad. En todo caso, las reclamaciones deberán ser resueltas conforme a derecho y notificadas a los interesados en el plazo máximo de un mes desde la fecha de su presentación, de la que el prestador del servicio deberá dar siempre recibo al interesado.

En todas las oficinas o puntos de atención al usuario de los prestadores de servicios postales serán exhibidas, de forma visible y detallada, las informaciones que permitan conocer los trámites a seguir para ejercer el derecho a reclamar a que se refiere este artículo.

Asimismo, los usuarios podrán someter las controversias que se susciten con los operadores postales, en relación con la prestación de los servicios postales, al conocimiento de las Juntas Arbitrales de Consumo, con arreglo al Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias.

La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (que realiza las funciones de la antigua Comisión Nacional del Sector Postal) conocerá de las controversias entre los usuarios y los operadores de los servicios postales en el ámbito del servicio postal universal, siempre y cuando no hayan sido sometidas a las Juntas Arbitrales de Consumo. La reclamación podrá efectuarse en el plazo de un mes desde la respuesta del operador o desde la finalización del plazo para responder y deberá resolverse en el plazo máximo de tres meses desde su presentación. A tal efecto, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia pondrá a disposición de los usuarios los formularios adecuados. El procedimiento a seguir para su tramitación estará basado en los principios de celeridad y gratuidad, sin perjuicio de que la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia pueda repercutir sobre el reclamante los gastos ocasionados en el procedimiento cuando se aprecie mala fe o temeridad en la presentación de la reclamación. Contra la resolución que se dicte podrá interponerse recurso contencioso-administrativo.

- **Derecho de denuncia.** El incumplimiento de las obligaciones de los operadores postales en materias de derecho de información y derecho a reclamación podrá ser denunciado por los usuarios interesados ante la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.
- **Derecho a percibir indemnización.** Los usuarios tendrán derecho, salvo caso de fuerza mayor, a percibir una indemnización de los operadores postales, en caso de pérdida, robo, destrucción o deterioro de los envíos postales certificados o con valor declarado, mediante el pago de una cantidad predeterminada por el operador postal, en el primer caso, y de una cantidad proporcional a la declarada por el remitente, en el segundo.
- **Derecho a la propiedad de los envíos postales.** Los envíos postales serán de titularidad del remitente a efectos postales en tanto no lleguen a poder del destinatario, quien podrá, mediante el pago del precio correspondiente, recuperarlos o modificar su dirección, salvo en los supuestos de imposibilidad material y sin perjuicio de los derechos de terceros sobre el contenido de los mismos.
- **Derecho de presentación de escritos dirigidos a las Administraciones públicas.** Los usuarios tendrán derecho a presentar solicitudes, escritos y comunicaciones dirigidas a las Administraciones Públicas, en los términos y a los efectos previstos en el artículo 16.4.b) de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, únicamente a través de las oficinas del operador designado para la prestación del servicio postal universal, que deberá recibirlos y dirigirlos al destinatario con carácter preferente y acreditar, a solicitud del interesado, tanto su presentación en las citadas oficinas como su entrega en destino, con expresa mención de la fecha y hora en que se produzcan ambos eventos. Esta presentación surtirá los mismos efectos que en el registro del órgano administrativo al que se dirijan.
- **Derecho a la identificación del operador.** Los usuarios tendrán derecho a que, en la cubierta del envío, se identifique el operador postal que se hace cargo del mismo, así como la fecha en que se produce.

- **Derecho a la prueba de depósito y entrega de los envíos certificados.** El operador designado para prestar el servicio postal universal deberá facilitar al remitente de cualquier envío certificado, a petición del mismo y previo pago del importe que corresponda, resguardo acreditativo de su admisión, donde conste la fecha y hora de su presentación, y asimismo de su recepción por el destinatario de su envío. El resto de los operadores, cuando de forma voluntaria ofrezcan servicios certificados a los usuarios deberán hacerlo en las condiciones establecidas en el párrafo anterior.
- **Derecho de reexpedición y rehúse de los envíos postales.** El destinatario podrá solicitar la reexpedición de sus envíos postales mediante el pago de la contraprestación económica que corresponde, o podrá rehusarlos antes de abrirlas, de lo que el operador dejara constancia por escrito e informara al remitente, que podrá reclamar la devolución del envío o disponer su abandono en los términos que reglamentariamente se establezcan. Los derechos de reexpedición y de rehúse contemplados en este artículo no serán atendidos en los supuestos de imposibilidad material. En todo caso, el operador tendrá derecho a reclamar del remitente el pago de los gastos ocasionados.
- **Derecho a la protección de los envíos no entregados.** Reglamentariamente se establecerán las reglas a seguir para los casos en que los envíos, por cualquier causa, no puedan ser entregados al destinatario o devueltos al remitente. Tales reglas, incluirán las relativas al procedimiento de averiguación del domicilio, procedencia y destino, audiencia o citación de los remitentes y eventual depósito temporal, reclamación y destrucción de los envíos.
- **Derechos a la información y presentación de reclamaciones, denuncias y escritos de las personas con discapacidad.** Se garantizara, en los términos que reglamentariamente se establezca en la normativa de desarrollo de la Ley 51/2003, de 2 de diciembre, de igualdad de oportunidades, no discriminación y accesibilidad universal de las personas con discapacidad, que los derechos de información y de presentación de reclamaciones, denuncias y escritos sobre los servicios postales, sean plenamente accesibles a dichas personas, lo que incluye, especialmente, la eliminación de barreras arquitectónicas y de comunicación de las oficinas donde se presta el servicio, de aquellas que limiten el ejercicio del derecho por las personas con discapacidad auditiva o visual o de cualesquiera otras que los impidan o restrinjan, así como la accesibilidad universal de las paginas o sitios de Internet.

## 2.5. LOS PRECIOS DE LOS SERVICIOS POSTALES

La Ley Postal señala que los precios aplicados a los envíos incluidos en el Servicio Postal Universal deben ser asequibles, transparentes y no discriminatorios, además de tener en cuenta los costes. El operador designado deberá comunicar a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia tanto el establecimiento de nuevos precios como la modificación de los precios ya vigentes de los servicios prestados con obligaciones de servicio público con, al menos, tres meses de antelación a la fecha prevista para su aplicación. La comunicación ira acompañada de una memoria justificativa del cumplimiento de los principios indicados.

Estarán exentos del pago del precio los siguientes servicios prestados por el operador designado para la prestación del servicio postal universal: los envíos de cecogramas y los envíos a los que la Unión Postal Universal confiera tal derecho, con el alcance establecido en los instrumentos internacionales que hayan sido ratificados por España.

Para los servicios sometidos a obligaciones de servicio público dentro del servicio postal universal, la Comisión Delegada del Gobierno para Asuntos Económicos, a propuesta del Ministerio de Fomento y previo informe de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, podrá establecer precios máximos y mínimos. Igualmente, para el citado ámbito, podrá determinarse la aplicación de precios uniformes en todo el territorio nacional.

Cuando se apliquen tarifas especiales a empresas remitentes de envíos masivos o a los preparadores de los envíos de varios clientes, Correos deberá respetar los principios de transparencia y no discriminación por lo que se refiere a las tarifas, teniendo en cuenta los costes evitados (si los envíos vienen clasificados, si se depositan en la cartería de destino, etc.). Tales tarifas se propondrán también a cualquier cliente que utilice los mismos servicios en condiciones similares.

## **2.6. COSTE Y FINANCIACIÓN DE LAS OBLIGACIONES DE SERVICIO PÚBLICO**

El operador designado deberá llevar una contabilidad analítica, que permita conocer el coste de la prestación de los diferentes servicios. El proveedor designado llevará en sus sistemas de contabilidad interna cuentas separadas de modo que se diferencie claramente entre cada uno los servicios y productos que forman parte del servicio universal y los demás servicios y productos que no forman parte del mismo. Dichos sistemas de contabilidad interna se basarán en principios contables coherentemente aplicados y objetivamente justificables.

Existirán cuentas separadas, como mínimo, para cada uno de los servicios incluidos en el ámbito del servicio postal universal.

La CNMC verificará anualmente el coste neto de las obligaciones de servicio público del servicio postal universal impuestas al operador designado, con sujeción a lo previsto en el contrato de prestación del mismo.

El operador designado presentará a la CNMC el cálculo del coste neto de cada ejercicio para su verificación. A estos efectos, el operador designado aportará cuanta información complementaria le sea requerida o considere conveniente.

La CNMC determinará, previo informe preceptivo del Ministerio de Hacienda, la cuantía de la carga financiera injusta que comportan las obligaciones de servicio público del servicio postal universal para el operador designado.

Se crea un fondo de financiación del servicio postal universal con la finalidad de gestionar la financiación necesaria para compensar la carga financiera injusta.

La CNMC deberá transferir trimestralmente al operador designado, con carácter de a cuenta de lo que resulte de la liquidación anual de la carga financiera, las cantidades disponibles en el Fondo.

Una vez determinado el coste neto y la carga financiera injusta del ejercicio correspondiente, se fijará el saldo que deberá ser satisfecho al operador, o que deberá éste reintegrar al fondo, según proceda, previa audiencia del operador.

El Estado contribuirá a la financiación del servicio postal universal, de acuerdo con el plan de prestación aprobado por el Gobierno, aportando al fondo de financiación el importe que, a este efecto, se consigne en la sección presupuestaria del Ministerio de Fomento.

## **2.7. INSPECCIÓN, INFRACCIONES Y SANCIONES**

La CNMC ejercerá la competencia de inspección y sanción en relación con el mercado postal de acuerdo con lo dispuesto en su normativa específica y en este título.

Los sujetos sometidos a investigación deberán atender a la inspección y le prestarán la debida colaboración en el desarrollo de sus funciones.

Las infracciones de las normas reguladoras de los servicios postales se clasifican en muy graves, graves y leves.

Las infracciones leves se sancionarán con multa de 200 a 8.000 euros, las graves con multa de 8.001 a 80.000 euros y las muy graves con multa de 80.001 a 400.000 euros.

## **3. LA ESTRUCTURA DE LA S.E. CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A.**

### **3.1. SOCIEDAD ESTATAL**

En 1992, Correos deja de ser la Dirección General de Correos y Telégrafos para transformarse en el Organismo Autónomo Correos y Telégrafos de carácter comercial y cinco años después, bajo el influjo liberalizador europeo, Correos y Telégrafos cambia en 1997 su estatuto de organismo autónomo por el de entidad pública empresarial (Entidad Pública Empresarial Correos y Telégrafos), fórmula que le permite actuar con mayor agilidad en un entorno de mercado y generar ingresos propios que costeen su actividad, manteniendo su adscripción orgánica a la Administración (primero en el Ministerio de Obras Públicas y Medio Ambiente y, a partir de 1996, en Fomento). Son pasos previos de cara a la liberalización del mercado postal europeo, con la que la CE quiere acabar con los monopolios estatales e introducir la competencia entre operadores privados, proceso lanzado en 1997 por la directiva 97/67, tras puesta al ordenamiento español en 1998 a través de la ley del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales.

En junio de 2001 estrena una nueva forma de gestión bajo un nuevo régimen jurídico, el de Sociedad Anónima Estatal.

La decisión de convertir a Correos y Telégrafos en una Sociedad Anónima Estatal fue adoptada por la Ley 14/2000 de 29 de diciembre, de acompañamiento de los Presupuestos Generales del Estado (artículo 58). En cumplimiento de lo acordado en dicha ley, el Consejo de Ministros el 22 de junio de 2001 aprobó la conversión de la Entidad Pública Empresarial Correos y Telégrafos en Sociedad Estatal con capital público 100% y participación exclusiva del Estado.

El 29 de junio de 2001 se otorgó escritura pública de constitución de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A.

Con fecha 3 de julio de 2001, día en que se hizo la solicitud de inscripción en el Registro Mercantil, quedó extinguida la Entidad Pública Empresarial y en su lugar entró en funcionamiento la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A.

El acuerdo del Consejo de Ministros de 16 de marzo de 2012, por el que se aprueba el Plan de reestructuración y racionalización del sector público empresarial y fundacional estatal, que se hizo público mediante la Orden HAP/583/2012, de 20 de marzo, estableció, entre otras medidas, el cambio de titularidad de Correos, con la consecuente incorporación de la totalidad de las acciones a favor de SEPI (Sociedad Estatal de Participaciones Industriales), sociedad que depende del Ministerio de Hacienda.

Correos es una sociedad mercantil que se rige por el ordenamiento jurídico privado, salvo en las materias que le sea de aplicación la normativa presupuestaria, contable, de control financiero y de contratación, en su condición de sociedad integrante del sector público empresarial, conforme a lo dispuesto en el artículo 3 de la Ley 47/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria, en coordinación con el artículo 166 de la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas.

### **3.2. GOBIERNO Y ADMINISTRACIÓN DE CORREOS**

Los Órganos Sociales de Correos son la Junta General de Accionistas y el Consejo de Administración. La administración de la compañía corresponde al Consejo de Administración, a su Presidente y a la Comisión Ejecutiva, cuyas competencias se indican en los Estatutos Sociales:

#### **Junta General de Accionistas:**

- Accionista único.

#### **Administración:**

- Consejo de Administración: Compuesto de un mínimo de 12 y un máximo de 15 miembros, que ejercen su cargo durante el plazo máximo de cinco años, con posibilidad de reelección. Su nombramiento o separación corresponde a la Junta General de Accionistas. Con carácter general, se reúne con periodicidad mensual para supervisar la gestión de la empresa. El Secretario del Consejo de Administración será nombrado por este y podrá ser o no Consejero, no teniendo, cuando no lo sea, voto en el Consejo ni en la Comisión Ejecutiva.
- Presidente: El Presidente del Consejo de Administración es también el Presidente ejecutivo de Correos y de todos sus órganos de gobierno y administración. Es responsable de las funciones de dirección, gestión y administración, de la representación de dichos órganos, así como de la ejecución de los acuerdos que éstos adopten.

- Comisión Ejecutiva: Integrada por el Presidente y cuatro miembros del Consejo de Administración. Puede ejercitar todas y cada una de las facultades del Consejo, salvo las que resultan indelegables por ley.
- Comisión de Auditoría y Control, está integrada por tres miembros del Consejo de Administración, sin funciones ejecutivas. Se encarga de informar y asesorar a este en materia económico-financiera, de control de riesgos y de auditoría interna.

La representación de la Sociedad, en juicio y fuera de él, corresponde al Consejo de Administración, a su Presidente y a la Comisión Ejecutiva.

## Organigrama



Actualización Febrero 2021

### Responsabilidades del Comité de Dirección

El Comité de Dirección del Grupo Correos es un órgano colegiado interno que presta apoyo al Presidente en su gestión ordinaria, impulsando y coordinando las cuestiones más relevantes para la actividad con las distintas unidades y filiales.

Formado por el Presidente y los directores de Correos, así como por los directores generales de las empresas filiales, se reúne con periodicidad semanal a instancia del Presidente. Los miembros del Comité de Dirección no perciben remuneración específica por su asistencia.

### Directores

Corresponde a los Directores la planificación, dirección, supervisión y control de las actividades encomendadas a su Dirección.



## Direcciones Corporativas

- **Secretaría General y del Consejo de Administración:** Su función es prestar asistencia jurídica al Grupo Correos y a sus Consejos de Administración, así como la defensa de los intereses regulatorios. Ejercer como órgano de apoyo y asistencia inmediata al Presidente, mantener las relaciones institucionales y actuar como órgano de coordinación general del Centro Directivo y de la estructura territorial. Asimismo, le corresponde el impulso y desarrollo de las políticas de Responsabilidad Social Corporativa.
- **Dirección de Auditoría y Control:** Su función es auditar los servicios y procesos de la Sociedad Estatal y proporcionar a la organización la información estadística veraz de los productos postales que circulan por la red.
- **Dirección de Comunicación y Marketing:** Su función es definir la estrategia de comunicación interna y externa del Grupo, así como su desarrollo, coordinación e implantación a través de los distintos canales. Igualmente, le corresponde la definición y desarrollo de las actuaciones dirigidas a posicionar la marca del Grupo Correos en el mercado.
- **Dirección de Operaciones y Desarrollo de Negocio:** Su función es definir, desarrollar, implantar y controlar el modelo de producción y los procesos logísticos y de automatización, desde la admisión hasta la distribución.
- **Dirección Comercial:** Su función es definir e implementar la estrategia comercial de Correos mediante el desarrollo y gestión de productos, la definición y aplicación de política de precios y descuentos, así como la definición e implantación de la relación con clientes.
- **Dirección Financiera y Expansión:** Su función es planificar, ordenar, ejecutar y evaluar la gestión económica y presupuestaria de la Sociedad Estatal, así como gestionar y ejecutar los programas de inversiones de obras, instalaciones y suministros.
- **Dirección de Personas y Relaciones Laborales:** Su función es definir, desarrollar, coordinar y gestionar la política de personal del Grupo, su marco regulador y retributivo, formación, régimen disciplinario, desarrollo profesional y evaluación, selección y provisión de personal, marco de relaciones laborales con las organizaciones sindicales y políticas de acción social y prevención de riesgos laborales.
- **Dirección de Tecnología e Innovación:** Su función es proveer al Grupo de los servicios de adquisición, soporte, mantenimiento y administración de soluciones tecnológicas, así como diseñar, desarrollar, implementar, ejecutar y controlar los sistemas y tecnologías de información para la Compañía. También le compete potenciar la innovación como palanca de transformación.
- En dependencia directa de la Presidencia, se crea la **Subdirección de Transformación Digital y Análisis del Dato** (Enero 2021).
- Se recupera la **Dirección de Estrategia:** La nueva Dirección impulsará las tareas de coordinación y desarrollo del negocio: Planificación y Procesos, Desarrollo y Soluciones de Negocio, Gestión de Activos e Instalaciones, Análisis y Valoración de Proyectos, Control de Tráfico y la Coordinación Territorial (Febrero 2021).

### 3.3. ORGANIZACIÓN PERIFÉRICA DE LA SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELÉGRAFOS

#### 3.3.1. DIRECCIONES DE ZONA

Los directores de Zona dirigen y coordinan las distintas Áreas en las que se dividen las actividades en su ámbito. El Comité Zonal está formado por:

- Finanzas.
- Recursos Humanos.
- Tecnología.
- Red de Oficinas.
- Red de Logística.
- Red de Distribución.
- Comercial.

Director Zonal (Gestor Mantenimiento y Eficiencia Energética)										
Red de Oficinas (Jefe de Sector de oficinas)	Red de Logística (Coordinador de Procesos o Electoral)	Red de Distribución (Jefe de Sector Distribución)	Arc hivo General	Comercial Zona (Jefe de Postventa Zonal) (Gestor de Postventa Zonal) (Gestor de Ventas Zonal) (Gestor Comercial Zonal) (Gestor de Canales Zonal) (Coordinador de Concur sos Zonal) (Gestor Cuenta Zonal)	Secretaría Dirección Zonal	Comunicación Zona	Tecnología Zona	Finanzas Zona (Coordinador de inmuebles) (Responsable de Mantenimiento Zona)	Calidad y Medio Ambiente Zona	RRHH Zona
Oficinas	Centro de Tratamiento Automatizado	Unidad de Reparto						Administración Económica		Relaciones Laborales Zona
		Unidad de Servicios Especiales (USE)						Contabilidad y Almacén		Habilitación
	Centro de Tratamiento provincial							Facturación y Cobro		Formación Zona
								Tesorería de Zona		Coordinador PRL

#### 3.3.2. ESTRUCTURA ZONAL

Las 7 zonas y las provincias que las integran son:

**Zona I:** A Coruña, Asturias, Ávila, Burgos, León, Lugo, Ourense, Palencia, Pontevedra, Salamanca, Segovia, Valladolid y Zamora. Sede en Santiago de Compostela.

**Zona II:** Álava, Cantabria, Guipúzcoa, Huesca, La Rioja, Navarra, Soria, Teruel, Vizcaya y Zaragoza. Sede en Bilbao.

**Zona III:** Barcelona, Girona, Lleida y Tarragona. Sede en Barcelona.

**Zona IV:** Albacete, Badajoz, Cáceres, Ciudad Real, Cuenca, Guadalajara, Madrid y Toledo. Sede en Madrid.

**Zona V:** Alicante, Castellón, Islas Baleares, Murcia y Valencia. Sede en Valencia.

**Zona VI:** Almería, Cádiz, Ceuta, Córdoba, Granada, Huelva, Jaén, Málaga, Melilla y Sevilla. Sede en Sevilla.

**Zona VII:** Fuerteventura, Gran Canaria, Lanzarote, El Hierro, La Gomera, La Palma y Santa Cruz de Tenerife. Sede en Santa Cruz de Tenerife.



#### 4. EL GRUPO CORREOS

El Grupo Correos está integrado por Correos y las filiales Correos Express, Nexea y Correos Telecom. Está presentes en el sector de las comunicaciones físicas y digitales y en el mercado de la paquetería, liderando el segmento de transporte no urgente y siendo un referente para el sector del comercio electrónico.

Correos pertenece al GRUPO SEPI, holding empresarial que abarca 15 empresas participadas de forma directa y mayoritaria, con una plantilla superior a 78.000 personas. También es accionista de la Corporación RTVE, tiene una fundación pública tutelada y participaciones directas minoritarias en nueve empresas e indirectas en más de cien sociedades.

Con fecha 1 de febrero de 2017 se elevaron a público los acuerdos adoptados en 2016 en el seno de los Consejos de Administración, previa aprobación de los respectivos socios únicos, relativos al cambio de denominación de las diferentes sociedades que componen el Grupo Correos, de conformidad con la exigencia de la entrada en vigor de la ley 40/2015.

En la misma fecha consta el asiento de presentación en el Registro Mercantil.

Las diferentes sociedades pasan a denominarse:

- Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A., S.M.E. (SECTSA).
- Correos Express Paquetería Urgente, S.A., S.M.E.
- Nexea Gestión Documental, S.A., S.M.E.
- Correos Telecom, S.A., S.M.E., M.P.

(SME es Sociedad Mercantil Estatal y SME, M.P. es Sociedad Mercantil Estatal, Medio Propio).

**Correos**, matriz del Grupo Correos, es una de las principales compañías nacionales por dimensiones, presencia territorial, capital humano e infraestructuras físicas y digitales.

Es también el operador designado por ley para prestar el servicio postal universal en todo el territorio, con criterios de eficiencia, calidad y asequibilidad, contribuyendo a la sostenibilidad de las comunicaciones postales para todos los ciudadanos.



Correos es la empresa de referencia en el mercado postal español y uno de los principales operadores de paquetería, especialmente para el sector del comercio electrónico, por la excelencia, confianza y fiabilidad de su servicio y por su oferta global, física y digital, para atender las demandas de cada segmento de cliente.

**Correos Express** es la empresa especializada en entrega de paquetería urgente del Grupo Correos.

Su modelo de negocio, basado en delegaciones propias, le proporciona un alto nivel de agilidad en el servicio, así como una mayor seguridad y calidad en la gestión. A través de su red de centros y de las últimas tecnologías aplicadas a la clasificación y distribución, garantiza la total trazabilidad de los envíos y su entrega efectiva con la mayor conveniencia para el destinatario.

Además, cuenta con una amplia oferta de servicios, diseñados para satisfacer todas las necesidades de entrega en plazo de sus clientes, así como soluciones específicas para sectores que requieren flexibilidad y plena adaptación a sus cadenas de valor.

Correos Express Portugal es la filial de la compañía de paquetería urgente con la que el Grupo ha iniciado su proceso de internacionalización. El Grupo Correos responde así a los ciudadanos



y empresas que demandan poder enviar y recibir en 24 horas en cualquier punto de la Península Ibérica, ofreciendo un servicio integrado de paquetería urgente para todo el mercado ibérico.

**Nexea** es la compañía del Grupo Correos dedicada a ofrecer servicios personalizados en gestión documental, para las comunicaciones masivas de las empresas con sus clientes. Ofrece soluciones integrales desde la consultoría documental hasta el depósito en el canal postal para la distribución o integración en entornos digitales.



- **Consultoría:** Análisis de las necesidades de los clientes para ofrecer la tecnología que mejor se adapte a su proyecto.
- **Transmisión de datos:** Protocolos de transmisiones seguras y red SARA para los clientes de la administración del estado.
  - Máximos niveles de seguridad y protección de datos.
  - Tratamiento de todos los formatos de ficheros de entrada y salida.
- **Plataforma Multicanal Nexo:** Ofrece a los clientes la posibilidad de comunicarse con sus clientes a través de la plataforma Nexo, integrando en una única plataforma todas tus comunicaciones físicas y digitales.
- **Ingeniería de documentos:** Programas informáticos diseñados a medida, diferentes niveles de maquetación de los documentos según formularios/plantilla, se incluyen código de barras para devoluciones, código SICER, optimización de marcas de ensobrado (códigos de barras, DataMatrix...).
- **Impresión y acabado:**
  - Impresión: Personalización con Ink-jet color, tóner negro y color hoja suelta.
  - Ensobrado: Ensobrado automático sobre americano y C5, inserción de hasta seis elementos, diferentes plegados (dúptico o tríptico, “Z” o envoltente), sellados en complet.
  - Manipulado: Ensobrado manual de documentos en sobre C4, clasificación de envíos, Gestión de certificados.
- **Canal postal:** Preparación de envíos físicos según la normativa para la distribución postal, depósito de los envíos en cualquier operador postal, trazabilidad completa de los documentos producidos y entregados al operador postal.
- **Canales digitales:** Burofax, SMS (básico/verificado), email (básico/verificado), telegrama..., portal de clientes, custodia digital.

Con esa finalidad desarrolla soluciones tecnológicas a medida para los procesos documentales, mediante un modelo multicanal de comunicaciones, en todo tipo de soportes y formatos. La compañía aporta a sus clientes las máximas garantías de seguridad de la información, trazabilidad documental, integración total con sus sistemas tecnológicos y fiabilidad en la entrega de todas sus comunicaciones.

**Correos Telecom** es la empresa encargada de servicios tecnológicos, fundamentalmente, de los servicios de gestión de las redes de telecomunicaciones de voz, datos y télex de Correos y de comercializar las infraestructuras de telecomunicaciones. También realiza labores de asesoramiento y apoyo técnico a la Dirección de Tecnología



y Sistemas y colabora en los nuevos proyectos de e-business de Correos.

Es la encargada de dar soporte tecnológico al resto de compañías del Grupo para la mejora de sus procesos operativos y el desarrollo de nuevos servicios digitales.

La empresa está especializada en la provisión de servicios de conectividad de alta capacidad, de comunicaciones e infraestructuras de telecomunicación, aportando valor a la actividad de sus clientes, a través de la flexibilidad y la innovación.

#### 4.1. ESTRUCTURA DEL GRUPO CORREOS

El Comité de Dirección del Grupo Correos es un órgano colegiado interno que presta apoyo al Presidente en su gestión ordinaria, impulsando y coordinando las cuestiones más relevantes para la actividad con las distintas unidades y filiales.

Formado por el Presidente y los directores de Correos, así como por los directores generales de las empresas filiales, se reúne con periodicidad semanal a instancia del Presidente. Los miembros del Comité de Dirección no perciben remuneración específica por su asistencia.

Los órganos sociales de las empresas filiales del Grupo son la Junta General de Accionistas y el Consejo de Administración.

Los consejeros de las filiales, cuyo cargo no es retribuido, son elegidos de entre los miembros del equipo directivo de Correos y del Grupo SEPI. El número mínimo y máximo de miembros de los Consejos de Administración de cada una de las filiales es:

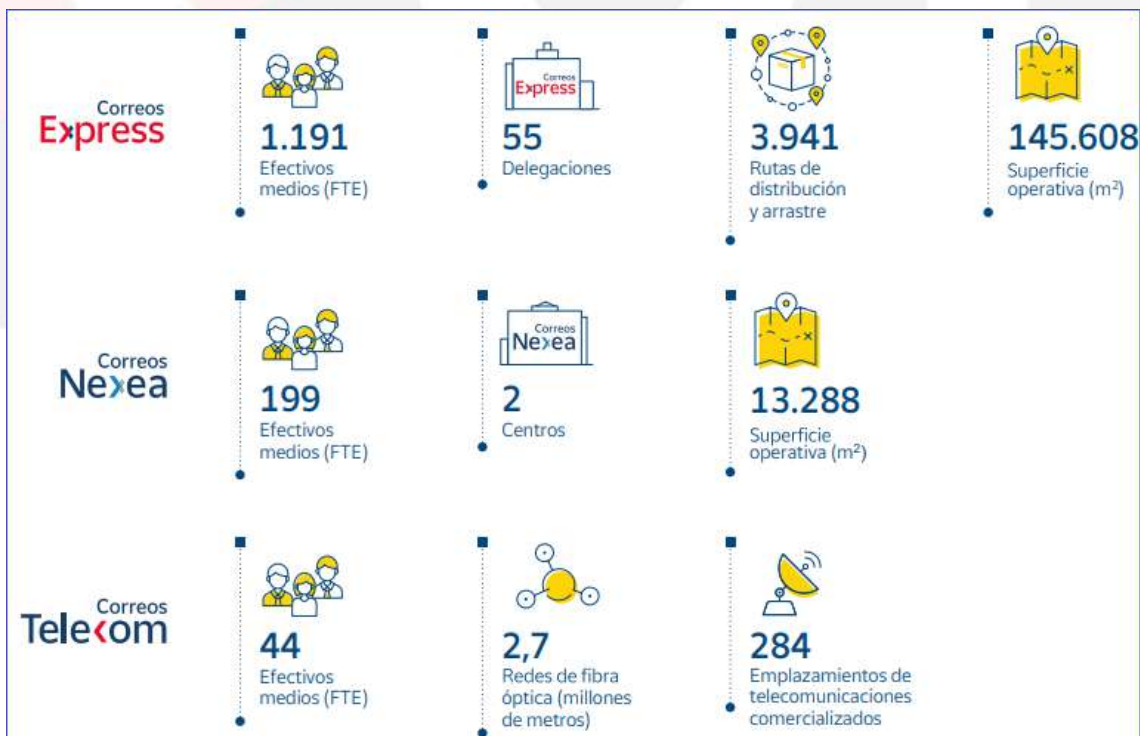
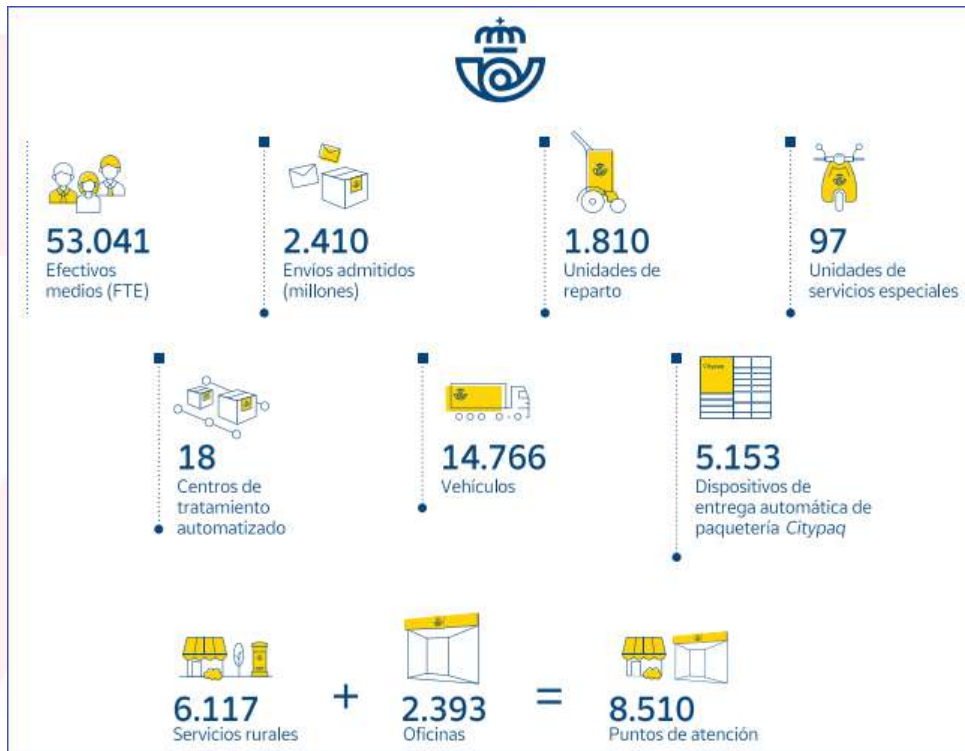
- De 6 a 12 en Correos Express.
- De 4 a 12 en Correos Nexea.
- De 4 a 8 en Correos Telecom.

Asimismo, las filiales disponen de sus respectivas Comisiones de Auditoría y Control, para el asesoramiento en materia económico-financiera, de control de riesgos y de auditoría interna.

#### 4.2. CIFRAS CLAVE DEL GRUPO 2019

Correos es una de las principales empresas españolas por dimensiones, capilaridad y capital humano.





## 5. OBJETIVOS Y ESTRATEGIA

Los pilares sobre los que se sustenta la estrategia del Grupo Correos son el fortalecimiento del servicio público; la diversificación, fundamentalmente a través de la paquetería, los servicios digitales y el negocio retail; y la expansión internacional, en especial, en los mercados de Portugal, Asia y Latinoamérica.

La consecución de esos objetivos se articula a través de siete líneas de actuación, orientadas a sustentar el crecimiento de los ingresos, mejorar la eficiencia, optimizar los costes y posicionar al Grupo como operador de referencia en el mercado de la paquetería.

En el segundo semestre de 2019 Correos inició una fase de reflexión estratégica sobre su posicionamiento en el sector, para emprender la elaboración del nuevo plan estratégico 2020-2023, que definirá las líneas de acción a desarrollar en el próximo trienio para consolidar el proceso de transformación de la compañía y garantizar la sostenibilidad empresarial a largo plazo.



### 5.1. INTERNACIONALIZACIÓN

El Grupo inicia su proceso de internacionalización, con la creación de la nueva filial Correos Express Portugal, para ofrecer un servicio integrado de paquetería urgente en todo el mercado ibérico.

También Correos comienza a operar en el sudeste asiático, con la apertura de un centro de clasificación en China, consolidando su posición como operador de referencia en el transporte de paquetería hacia España y el resto del mundo.

A mediados de 2017, en el marco del plan estratégico 2017/2021, abrió sus primeras oficinas fuera de España: una en Londres y dos en Ámsterdam.

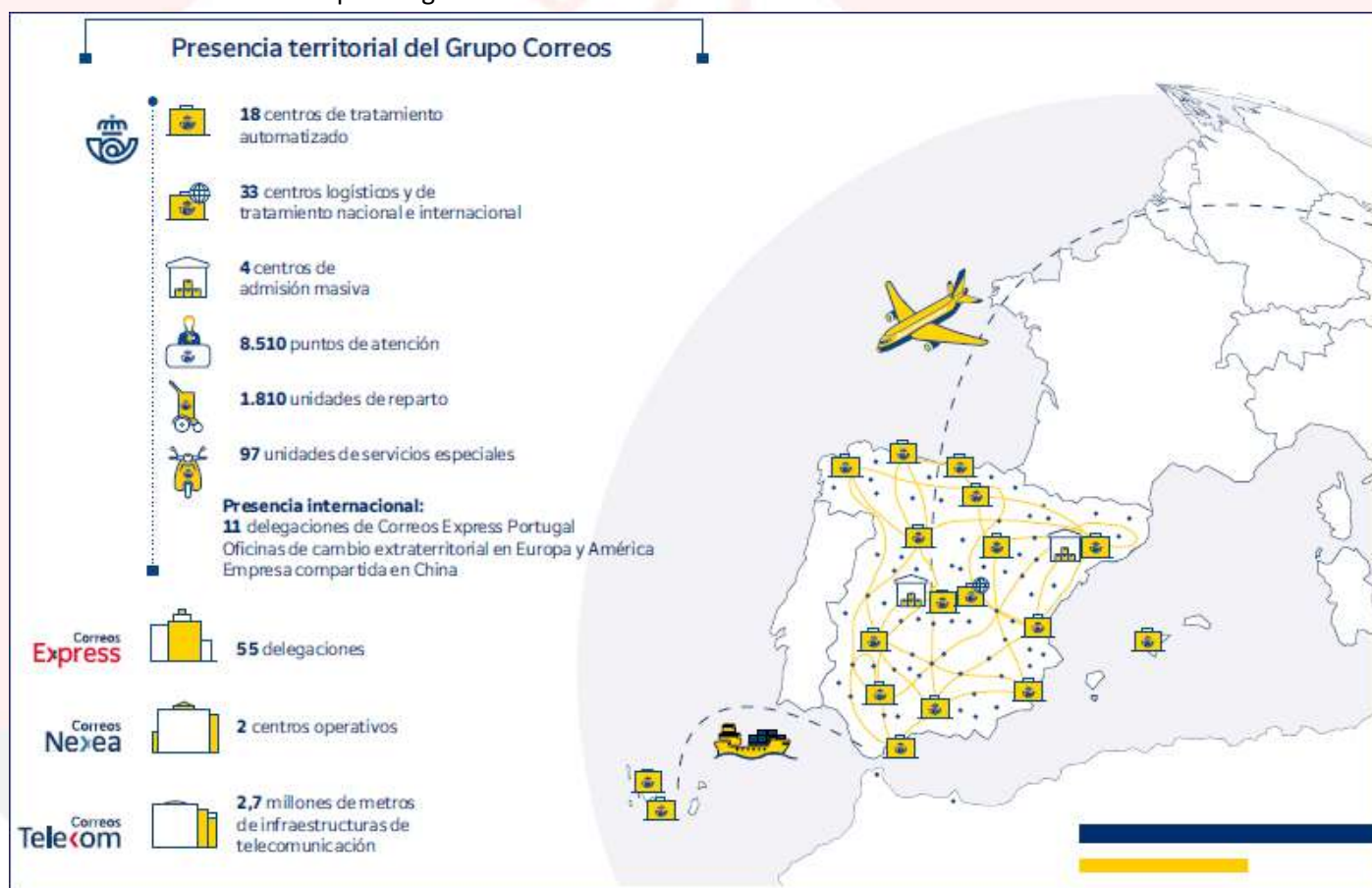


Se trata de oficinas de cambio extraterritorial, que admiten y expiden envíos postales como si fuera correo español, utilizando la misma documentación, etiquetado, procedimientos y sistemas a los empleados en España para el correo internacional de exportación.

El sudeste asiático es la región en que la compañía ha puesto más énfasis al ser uno de los principales puntos de origen de la paquetería a nivel mundial. En este sentido la empresa creará una Comisión de Negocio Internacional para iniciar su expansión exterior.

Esto se une a lo que se lleva haciendo desde hace tiempo en el ámbito de los envíos internacionales, especialmente dotando a las Oficinas de Cambio con los mejores equipamientos para agilizar la gestión y el acondicionamiento de los pedidos fuera de nuestras fronteras. El Proyecto Rampa viene a reforzar estas medidas.

Correos quiere ser un aliado estratégico de las pequeñas y medianas empresa en sus procesos de internacionalización, ayudando a incrementar su negocio online y llevando sus mercancías a donde necesiten para seguir creciendo.



### 5.1.1. EXPANSIÓN INTERNACIONAL EN PORTUGAL

En un contexto de continuo aumento de la actividad de paquetería y de crecimiento de los intercambios comerciales entre España y Portugal, los clientes demandaban un servicio urgente integral para toda la Península Ibérica.

- La compañía ha entrado en el mercado portugués, a través de una filial propia, avanzando así en uno de sus principales objetivos estratégicos.

- La creación de Correos Express Portugal, dependiente de Correos Express, permite responder a la demanda de los clientes de contar con una entrega en 24 horas en cualquier punto de la Península Ibérica.
- Con esta incorporación, el Grupo se posiciona en un mercado en expansión, con importantes oportunidades de negocio ante el potencial de crecimiento que presenta el comercio electrónico en el país luso.
- Correos Express Portugal aporta 11 delegaciones que se suman a las 55 que posee Correos Express en España.
- En 2019 la nueva filial se dotó de nuevos equipamientos de clasificación automatizada en las plataformas de Lisboa y Oporto, como parte de su plan de optimización operativa. Estas actuaciones se completaron con la incorporación de cerca de 200 terminales informáticos portátiles (PDA) en todas las rutas de entrega y recogida y con la creación de una nueva plataforma en Montijo (Setúbal, Portugal).
- La integración del negocio portugués impulsó también el crecimiento de la facturación de Correos Express en 2019 y permitirá generar sinergias entre ambas empresas. El Grupo Correos aspira con esta operación a consolidar su posición como líder en paquetería urgente, tanto en el segmento B2B (business to business) como B2C (business to consumer).

#### **5.1.2. EXPANSIÓN INTERNACIONAL EN EL SUDESTE ASIÁTICO**

El mercado asiático es un núcleo esencial en el mercado de la paquetería origen de más de 50.000 millones de paquetes al año y China, el mayor mercado mundial de comercio electrónico, exporta más de 4.000 millones de paquetes al año, con proyecciones medias de crecimiento anual superiores al 20%. Mientras la producción de las empresas españolas se demanda cada vez más en la región asiática, las importaciones de productos chinos siguen también creciendo entre los consumidores nacionales.

- En 2019 Correos comenzó a operar en el sudeste asiático, a través de dos sociedades conjuntas con las empresas logísticas chinas Kerry Logistics Network Limited que cotiza en la bolsa de Hong Kong, y Global Freight Systems (GFS), un grupo privado chino. Su finalidad es la gestión integral de la paquetería generada por el comercio electrónico desde China y Hong Kong hacia España y el resto del mundo. Correos estará representada en el Consejo de Administración y en el Comité de Dirección, además de supervisar las áreas de gestión claves de esta sociedad.
- La alianza incluye la creación de un centro de admisión y clasificación de paquetería en la zona industrial china de Dongguan, cercana a Hong Kong y en el epicentro del comercio electrónico del gigante asiático, es la zona de comercio digital transfronterizo más activa del mundo. Esta infraestructura modular cuenta con capacidad para gestionar hasta 500.000 paquetes diarios, que podrá ampliarse en el futuro. El aeropuerto de Hong Kong es actualmente la terminal de carga con más tráfico y capacidad del mundo.
- Esta operación permitió incrementar la integración con los principales clientes chinos, aumentando la trazabilidad y predictibilidad de la demanda y mejorando los plazos medios de entrega, que se han reducido hasta en 15 días según el destino.

- Con este acuerdo, Correos prestará servicios integrales de logística a los grandes emisores de paquetería del comercio transfronterizo, incluyendo soluciones de recogida, clasificación, gestión aduanera, transporte y distribución en última milla, gracias a las redes internacionales a las que pertenece. La compañía consolida así su posición como un operador de referencia en el tránsito de paquetería desde China al resto del mundo.

## 5.2. REDEFINICIÓN DEL MODELO LOGÍSTICO Y MEJORA DE LA EFICIENCIA

Correos cuenta con 4 centros de admisión masiva y 51 de tratamiento en todo el territorio, que disponen de 92 equipamientos para el tratamiento automatizado de envíos de correspondencia y paquetería. En 2019 la compañía aumentó la especialización y capacidad de estos equipos.

Las medidas de adaptación del modelo logístico implementadas en 2019 permitieron también la mejora de la gestión aduanera de los envíos transfronterizos.

Una de las innovaciones que está permitiendo optimizar los procesos aduaneros es la **utilización intensiva de mensajes EDI** (datos sobre los envíos que se transmiten por mensajes electrónicos entre operadores postales).

En este sentido, la Unión Postal Universal, a la que pertenecen todos los operadores postales nacionales del mundo, está impulsando cambios en las disposiciones internacionales para el tratamiento de envíos postales que contienen mercancías, que supondrán la obligatoriedad del uso de esta información a partir de 2021. Correos está adaptando sus procesos a esta modificación, que implicará nuevas exigencias para la admisión de este tipo de envíos, pero a la vez facilitará su clasificación y tratamiento aduanero por medios mecanizados y contribuirá a garantizar la seguridad de los envíos.



## 5.3. IMPLANTACIÓN DE UN MODELO DE FLOTA EFICIENTE

En 2019 Correos incrementó la flota de vehículos, con más de 500 nuevas unidades, de las que 40 eran medios de transporte de bajas o nulas emisiones.

También inició la implantación de un nuevo **sistema de gestión integral y monitorización de la flota**, con la realización de las primeras pruebas piloto en diferentes tipologías de vehículos dotados con sensores.

Este proyecto, **construido sobre una arquitectura de Big data** y que analiza información sobre consumos, distribución y mantenimiento de la red de transporte, permitirá configurar un **nuevo modelo de flota eficiente**.

La compañía aplicó también tecnologías de **Inteligencia Artificial a la mejora de sus principales procesos y áreas de negocio**, posibilitando:

- El **tratamiento de datos en tiempo real**, procedentes de cada uno de los puntos de la **cadena logística**, mediante arquitecturas de **Big Data y cloud**, para detectar y anticipar posibles incidencias.
- El desarrollo de **modelos predictivos de la demanda de paquetería**, que permiten prever los picos de actividad, asignar los recursos humanos y técnicos y optimizar la operativa.

#### 5.4. DIVERSIFICACIÓN DE LA CARTERA DE PRODUCTOS Y SERVICIOS



#### 5.4.1. NUEVOS SERVICIOS DE PAQUETERÍA PARA LAS NUEVAS NECESIDADES

La amplia oferta de paquetería nacional e internacional del Grupo Correos, comprende **soluciones para la entrega urgente, en plazo garantizado y a medida** de las necesidades de empresas y particulares.

El Grupo ofrece además una **capilaridad y cobertura territorial únicas** y la máxima **flexibilidad para las entregas**, ya sea en el domicilio, en oficinas de Correos o en la red de casilleros Citypaq, atributos especialmente relevantes para clientes y destinatarios finales.

Correos satisface las necesidades de **máxima urgencia** con los servicios Paq Today, con recogida y entrega en el mismo día, o Paq Premium, para la distribución en 24/48 horas, mientras que las **opciones más económicas** incluyen Paq Estándar o Paquete azul. Asimismo, la gestión de los crecientes volúmenes de devoluciones, especialmente del e-commerce, es más sencilla y ágil con las **soluciones de logística inversa** Paq Retorno y Paq Retorno Premium.

En 2019 la cartera comercial se amplió además con Paq Ligero, un servicio especialmente adecuado para los sectores del comercio electrónico y editorial, que requieren trazabilidad para sus envíos de bajo valor y reducidas dimensiones o peso (hasta 2 kg).

Asimismo, la opción Paq Maletas, para el **transporte de equipaje** a cualquier punto del país, complementó la solución de entrega de equipajes Puerta a Puerta que Correos ya ofrecía a los pasajeros de los trenes AVE-Larga Distancia y Trenes Turísticos de Renfe.

Este catálogo comercial se completa con diversos **valores añadidos** que aportan mayor información, seguridad y flexibilidad al cliente, como la **Gestión en la Entrega y en la Admisión**, que permite solicitar servicios adicionales a realizar junto con la entrega, como la recogida de envíos o la comprobación de documentos.

Correos es también el operador elegido por quienes realizan cada año el Camino de Santiago. Los peregrinos que recorren las diferentes rutas jacobeanas pueden contratar servicios como Paq Mochila, Paq Bicicleta, Paq Peregrino o utilizar la **consigna en la oficina** de Santiago de Compostela.

En su **compromiso por preservar la riqueza cultural del Camino de Santiago**, la compañía estrenó nuevas versiones en alemán, francés, italiano y coreano de la web [www.elcaminoconcorreos.com](http://www.elcaminoconcorreos.com), para facilitar el acceso a su información y servicios a los peregrinos procedentes de estos países.

#### 5.4.2. SISTEMAS DE INFORMACIÓN PARA UNA ENTREGA EFECTIVA

Los clientes esperan recibir sus envíos con total flexibilidad y **conocer el momento previsto de entrega con la mayor exactitud**.

- La nueva aplicación Correos Modify **facilita la entrega efectiva**, permitiendo a los clientes finales elegir el momento y lugar más conveniente para la recepción de sus envíos de paquetería.

- Correos Modify es una web App que **facilita consultar y modificar la fecha y franja horaria de entrega, dirección de destino** y otros detalles de la distribución, desde cualquier dispositivo, de acuerdo a las necesidades del destinatario.
- Esta aplicación puede utilizarse para gestionar envíos de paquetería nacional con entrega domiciliaria, **aumentando la comodidad del cliente** y reduciendo el impacto medioambiental de la distribución.

#### 5.4.3. SOLUCIONES PARA EL COMERCIO ELECTRÓNICO INTERNACIONAL

Correos dispone de un **portafolio integral de servicios postales y de paquetería internacionales**, adaptado a los requerimientos de los crecientes flujos comerciales transfronterizos de un mundo globalizado. Los clientes pueden así beneficiarse de la **experiencia, cobertura mundial y capacidades operativas que ofrece Correos**, gracias a los acuerdos comerciales que posee y redes a las que pertenece.

Así, el servicio Paq Premium Internacional ofrece cobertura en más de 190 países para las entregas más urgentes; Paq Standard Internacional es la solución óptima para envíos que requieren entrega preferente y un precio competitivo; Paq Light Internacional permite remitir objetos de hasta 2 kg que no requieran firma, con total trazabilidad; mientras que el Paquete Económico Internacional es la opción ideal para los envíos no urgentes.

Además, los clientes disponen del **nuevo servicio** Paq Return Internacional diseñado especialmente para la gestión ágil y sencilla de las devoluciones de compras online dirigidas a otros países.

En 2019 el **crecimiento de la demanda internacional de pequeña paquetería** (con trazabilidad y sin firma) continuó consolidándose, tanto para la importación como para la exportación, a través de productos como Paq Light Internacional (**cuya demanda se duplicó**). Esta tendencia está estrechamente ligada a la expansión de los intercambios de comercio electrónico transfronterizo.

Con el fin de atraer los flujos de paquetería internacional que genera el comercio electrónico, Correos estableció una **nueva oficina extraterritorial en Estados Unidos**, ampliando así su presencia en el exterior y, especialmente, en el mercado americano.

#### 5.4.4. CORREOS EXPRESS: UNA OFERTA INTEGRAL PARA ESPAÑA Y PORTUGAL

Correos Express, filial del Grupo Correos especializada en ofrecer soluciones de entrega urgente B2B y B2C, con entrega en plazo garantizado, en cualquier destino nacional e internacional.

La **creación de Correos Express Portugal**, dependiente de Correos Express, permitió configurar una oferta ibérica de servicios, con el propósito de dar respuesta a las necesidades de los clientes de realizar sus envíos de manera urgente en toda la Península, con la misma calidad y rapidez que el Grupo Correos ofrece en España.

Correos Express oferta servicios de **entrega en hora garantizada** como Paq 10, Paq 14 y Paq 24; y soluciones empresariales a medida como Paq Empresa14 (para envíos B2B con entrega

antes de las 14:00 horas) o ePaq24 (especialmente diseñado para la distribución B2C del comercio electrónico).

Además, los particulares pueden solicitar la recogida, **transporte y reparto urgente de equipajes** de hasta 25 kg con el producto EquiPaq 24, que desde 2019 puede contratarse también en las oficinas de Correos. La compañía también amplió el servicio de recogidas y **entregas en sábados** a todo el territorio peninsular e implantó la recogida a domicilio para clientes de Correos.

La oferta de servicios de Correos Express incluye **soluciones a medida** para el sector óptico y para el sector bucodental. La filial amplió su oferta para estos sectores a través de nuevos acuerdos con la Fundación Dental Española (FDE), la Federación española de asociaciones de Ópticas (FEDAO) y el Consejo General Colegial de Ópticos-Optometristas (CGCOO).

La cartera comercial se completa con las opciones Internacional Express, servicio aéreo urgente puerta a puerta con cobertura mundial; e Internacional Estándar, para envíos menos urgentes dirigidos a Europa; así como los productos específicos para las Islas Canarias y Baleares.

Por último, Correos Express dispone de diversas **aplicaciones tecnológicas para facilitar a sus clientes la gestión de sus envíos**, como el servicio de Entrega Flexible, que permite consultar y modificar la fecha, horario o dirección de entrega (incluyendo las oficinas de Correos); el sistema de localización inmediata del destinatario en caso de ausencia; o la gestión proactiva de incidencias.

#### 5.4.5. TECNOLOGÍA Y EXPERIENCIA AL SERVICIO DEL E-COMMERCE

Las ventas online en España no han dejado de crecer en los últimos años y las compañías requieren aliados que les permitan aumentar su visibilidad en Internet y garantizar la calidad en las entregas de sus productos. **El Grupo Correos facilita el desarrollo del e-commerce** a las grandes y pequeñas empresas, aportando soluciones óptimas para todas las fases de su cadena de valor.

Los servicios que proporciona Correos incluyen desde la creación de tiendas web, hasta el marketing, los métodos de pago o la gestión logística de los envíos. De ese modo, los vendedores pueden centrarse en su núcleo de negocio, con **la confianza de contar con la empresa líder en soluciones integrales para el comercio electrónico**.

El catálogo de Soluciones e-commerce de Correos comprende además los siguientes servicios:

- Crea tu web, que ofrece el **diseño personalizado de una web empresarial**, para mejorar la presencia y notoriedad de marca en Internet.
- Crea tu tienda online, con el que el cliente diseña paso a paso, con la ayuda de Correos, su **comercio en Internet** sin necesidad de conocimientos previos.
- Crea tu App, que aúna las posibilidades que ofrecen las **aplicaciones móviles** para mejorar la comunicación directa con los clientes.
- Vende en marketplaces, que facilita la comercialización de cualquier producto a través de Amazon, Ebay y otras reconocidas **plataformas de venta online**.

- Cross-border ecommerce, con el que los clientes pueden expandir sus negocios en los **mercados internacionales más dinámicos, como el chino.**

#### Acuerdos estratégicos para la promoción de las pymes

En el ámbito internacional, la compañía alcanzó una **nueva alianza con el grupo Alibaba**, para el que ya actuaba como operador logístico de referencia en la distribución a sus clientes en España, que permitirá desarrollar nuevos negocios. Esta colaboración supone, entre otros objetivos, **impulsar las exportaciones de las pymes españolas** a todo el mundo, particularmente a la Unión Europea y Latinoamérica, a través de la plataforma AliExpress y de las soluciones logísticas a medida de Correos.

De este modo, la compañía ofrece a las pequeñas y medianas empresas españolas servicios específicos para **explotar las oportunidades comerciales que ofrece el comercio electrónico internacional**, con formación especializada y cobertura global.

Asimismo, como parte de este convenio, se realizaron varios proyectos pilotos para combinar la venta online con la utilización de la red de oficinas postales como puntos de exposición y venta, para mejorar la experiencia de compra de los clientes de AliExpress.

En 2019 la **compañía renovó también su acuerdo estratégico con Amazon** para el próximo trienio, con el fin de ofrecer a los clientes del vendedor online un servicio de entrega a domicilio aún más rápido y fiable, complementado con la entrega en las cerca de 2.400 oficinas y más de 5.100 casilleros Citypaq con que cuenta Correos en todo el país.

Por último, los convenios alcanzados con reconocidos marketplaces, para fomentar las exportaciones españolas en los principales mercados mundiales, o el nuevo servicio de distribución para los pedidos online de los clientes de Ikea, ampliaron la apuesta de Correos para el sector del comercio electrónico.

#### Compras online más seguras

**La compañía cuenta con su propia tienda online**, un canal para la comercialización de productos como embalajes, regalos o artículos de merchadising, filatélicos y de coleccionismo, que pueden ser entregados en 48 horas en el domicilio, oficina de Correos o terminal Citypaq más cercanos.

En 2019 la oferta disponible en la tienda incorporó artículos coleccionables de edición limitada, servicios prestados en la red de oficinas como el Reenvío Postal y el Buzón de vacaciones. Asimismo, se creó una nueva sección solidaria, con productos de fundaciones y ONG.

Los pagos online son también más sencillos gracias a las **Tarjetas Correos Prepago y Correos Regalo**, que permiten comprar tanto en Internet como en comercios físicos, sin vinculación con una cuenta bancaria y con total seguridad. Además, la Tarjeta Correos Prepago ofrece la opción de retirar efectivo en cajeros y en oficinas de Correos.



#### 5.4.6. CITYPAQ AL SERVICIO DE COMPRADORES Y VENEDORES ONLINE

En cualquier compra de comercio electrónico, la entrega es el eslabón más importante en la experiencia del cliente final, por lo que resulta esencial que la distribución se realice con la mayor flexibilidad y conveniencia para el destinatario.

La red de casilleros **Citypaq facilita la recogida y depósito de envíos las 24 horas**, los 365 días del año, con total comodidad y cercanía al cliente, ubicándose en tres tipos de espacios:

- Lugares de acceso libre, como estaciones de transporte público, centros comerciales, gasolineras, centros universitarios, hospitales, supermercados.
- En sedes empresariales (disponibles en 20 de las 35 empresas del IBEX).
- En el interior de comunidades de propietarios.

En 2019 Correos renovó la aplicación móvil del servicio y la web de Citypaq recibió gran cantidad visitas únicas.

La red se abrió a **nuevos acuerdos comerciales con otros operadores** de paquetería, permitiéndoles depositar directamente los envíos de sus clientes en los terminales de Correos para su recogida. Adicionalmente, se crearon **dos nuevos servicios**:

- **Citypaq Estafeta**, para centralizar todos los envíos de los usuarios en el casillero seleccionado, ya sea en una localización empresarial o residencial.
- **Citypaq Partners**, para realizar entregas en la modalidad click&collect (compra online y recogida en tienda) en terminales ubicados en el interior de establecimientos y espacios comerciales.

#### 5.4.7. VISIBILIZAR LOS PRODUCTOS DE CALIDAD DE LA ESPAÑA RURAL

En las últimas décadas, en las que el país ha experimentado grandes avances económicos, se ha producido también un movimiento migratorio masivo y creciente desde las zonas rurales hacia las principales ciudades. Este fenómeno ha provocado la despoblación de miles de pueblos de España y la pérdida de oportunidades y servicios en estas zonas.

- La compañía ha apostado por impulsar el desarrollo de la actividad económica rural con **Correos Market, una plataforma de comercio electrónico** con la que **ayudar a productores y artesanos locales** a dar a conocer sus productos hechos a mano, típicos o con denominaciones de origen.
- Este portal de e-commerce pretende ayudarles a hacer más visibles y comercializar sus productos, **distribuirlos en toda España** y, en un futuro próximo, facilitarles el acceso a nuevos mercados internacionales, con el apoyo logístico de Correos.
- La compañía también promociona a estos productores rurales con su campaña publicitaria #YoMeQuedo, cuyos protagonistas –productores reales- deciden quedarse en sus pueblos, **reivindicando su derecho a elegir el lugar donde vivir** y desarrollar su actividad profesional.
- A finales de 2019 Correos Market contaba con gran cantidad de referencias, distribuidas en 6 categorías (alimentación, bebidas, artesanía, moda, hogar, salud y belleza), de diferentes vendedores.

#### 5.4.8. SOLUCIONES EFICIENTES DE COMUNICACIÓN FÍSICA Y DIGITAL

Correos es el principal operador del mercado postal y ofrece la más amplia cartera de **soluciones físicas de comunicación**, integrada por servicios de correspondencia, productos registrados y urgentes, libros y publicaciones y servicios personalizados de marketing directo.

La compañía comercializa además diversos servicios digitales que complementan los anteriores, como las cartas y tarjetas postales digitales, el burofax y el telegrama online, prestados **con los mismos niveles de fiabilidad, confianza y seguridad**.

En 2019 **Correos renovó su aplicación móvil**, incorporando una experiencia de usuario y rendimiento mejorados. A través de una única interfaz, la App permite consultar el estado de un envío, un código postal, así como la ubicación de una oficina, terminal Citypaq o buzón.

En el ámbito de las comunicaciones electrónicas, Correos ofrece a las empresas soluciones llave en mano para la **gestión centralizada y segura de las comunicaciones digitales** con sus propios clientes, como los servicios Mi Buzón, Mis Notificaciones o la solución tecnológica de Sellado de Tiempo.

##### Integración de las comunicaciones físicas y digitales

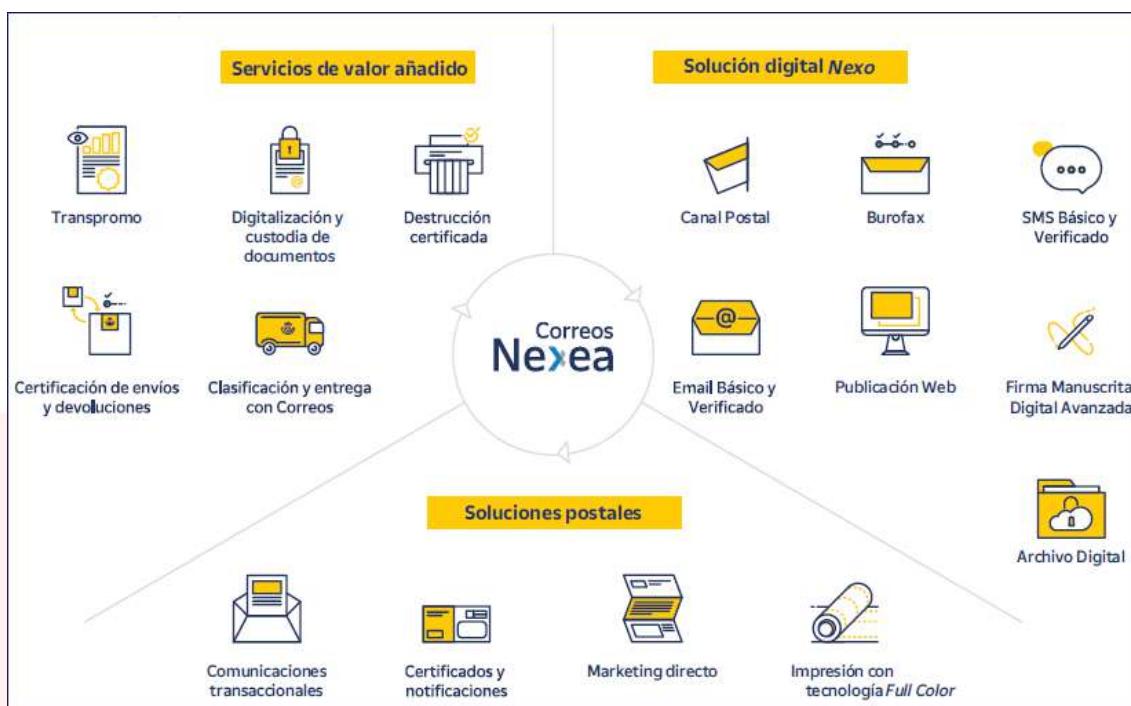
La cartera de soluciones digitales del Grupo se completa con los **servicios de Correos Nexea**, filial especializada en la **gestión global del ciclo documental**, desde la consultoría, diseño e ingeniería de documentos, digitalización, transmisión de datos y composición hasta la impresión, ensobrado, custodia o destrucción certificada.

A través de su **plataforma tecnológica Nexo**, Correos Nexea facilita la integración de las comunicaciones masivas físicas y digitales de sus clientes, realizadas en todo tipo de formatos y canales (correo electrónico, burofax, carta ordinaria y certificada, telegrama, SMS o mediante el servicio Mi Buzón de Correos). De este modo, la filial ofrece una gestión integral de todas las comunicaciones, para mejorar los procesos productivos de las empresas, con total seguridad y trazabilidad.

En 2019 Nexo incorporó **nuevas funcionalidades** para la emisión de una misma comunicación por diversos canales, en función de distintos criterios de segmentación y con plazos diferenciados (para las comunicaciones promocionales programadas o la gestión de impagados).

Las capacidades de Nexo permiten satisfacer las necesidades de los clientes de diversos sectores, como el bancario, asegurador, de servicios y gubernamental. En este último segmento, Nexo atiende las demandas de emisión y gestión centralizada de burofaxes o notificaciones de diversas Comunidades Autónomas y, desde el año pasado, del Ilustre Colegio de Abogados de Valencia.

Correos Nexea ofrece también **servicios digitales con valor probatorio de entrega**, que permiten enviar documentos que requieran firma digital y sello de tiempo, como contratos o correos electrónicos y SMS verificados.



#### 5.4.9. LA PUBLICIDAD DEL FUTURO: MULTICANAL Y PERSONALIZADA

Las empresas demandan orientar sus acciones de marketing hacia comunicaciones personalizadas y multicanal, que generen mayor repercusión de marca e impacto en los consumidores. Para ello, requieren ampliar el conocimiento sobre su público objetivo, sus expectativas y necesidades.

- **Correos Sampling** es el servicio que permite a los clientes realizar acciones de marketing individualizadas, a consumidores interesados en recibir en su buzón de manera gratuita muestras y promociones de productos.
- Los envíos publicitarios, en formato físico y digital, se diseñan de acuerdo a los gustos y preferencias expresados por los usuarios registrados, a lo que se suma la aplicación de precisas **técnicas de geomarketing, para mejorar la relevancia de las campañas.**
- Correos ofrece así una solución 360°, que comprende la promoción de la marca y producto, adecuada segmentación, registros cualificados, diseño, producción, empaquetado, distribución y un retorno de información fiable.
- Con el fin de añadir valor a los destinatarios de Correos Sampling, en 2019 se incorporó una **nueva opción** que **permite a las empresas ofrecer cupones** descuento para acceder a promociones exclusivas.
- Adicionalmente, Correos ofrece a las empresas Correos Directo, **una cartera de soluciones globales de marketing** que integra servicios como Correos Target, Correos Data, Correos Add, Publicorreo Óptimo y Premium, Publibuzón y Publi City. La oferta de Correos Directo facilita a las compañías el diseño y ejecución de campañas publicitarias efectivas y adaptadas a sus negocios, mejorando las tasas de retención y respuesta de sus clientes.

#### 5.4.10. LAS OFICINAS: PLATAFORMAS DE SERVICIOS PARA LOS CIUDADANOS

La red de oficinas de Correos **asegura el acceso al servicio postal a todos los ciudadanos** y contribuye a la cohesión territorial y al desarrollo económico, tanto en el entorno urbano como en el rural.

Los ciudadanos y empresas se benefician así de la **capilaridad, flexibilidad y amplia oferta de servicios** de los establecimientos postales, que se convierten en auténticos centros de proximidad.

El extenso catálogo de productos y servicios ofertados en estos establecimientos va más allá de los servicios postales y de paquetería. Los clientes pueden adquirir embalajes prepagados, productos filatélicos y de coleccionismo, entradas de espectáculos (disponibles también en [www.entradas.correos.com](http://www.entradas.correos.com)), artículos de conveniencia, loterías, así como enviar giros y dinero inmediato, realizar el pago de recibos de más de 50 empresas y entidades y verificar su identidad presencial en procesos de contratación online.

Correos, como parte de su estrategia de diversificación, ofrece a otras empresas el potencial de las oficinas como canal de venta. En 2019 la compañía alcanzó acuerdos con O2, Pepephone, Endesa y Renfe para la **comercialización de servicios de telefonía e Internet, de luz y de gas y billetes de tren**.

Además, la compañía proporciona a los operadores de telefonía una solución para la gestión de los **procesos de portabilidad**, permitiendo realizar envíos con el proceso de entrega bloqueada hasta que dicha portabilidad es confirmada. Otros servicios adicionales incorporados en 2019 incluyeron la **gestión antifraude en la entrega y en las devoluciones de paquetería**, para la verificación segura del contenido, destinado a clientes de e-commerce.

Correos es también un **socio estratégico para las entidades financieras**, sobre todo en el entorno rural, donde existe una menor presencia de sucursales bancarias. Correos posee acuerdos con Banco Mediolanum, Tríodos Bank, Evo Bank y Bancofar para ofrecer a sus clientes el servicio CorreosCash, que les permite realizar operaciones bancarias como ingresos, retirada de efectivo o transferencias en las oficinas. Asimismo, en virtud del acuerdo con SGEL, se instalaron 300 expositores para la comercialización de libros en oficinas situadas en zonas rurales.

##### Ventanilla de las Administraciones

Las oficinas son **puntos de acceso a la Administración**. A través del servicio de Oficina de Registro Virtual de Entidades (ORVE), los ciudadanos pueden depositar y enviar telemáticamente sus documentos oficiales a las entidades integradas en ORVE (Comunidades Autónomas, entidades locales, universidades y Administración General del Estado), evitando desplazamientos innecesarios.

En 2019 Correos amplió los **trámites disponibles en las oficinas relacionados con la Dirección General de Tráfico**. Así, a la venta de etiquetas medioambientales (distintivos para identificar los vehículos en función de sus emisiones contaminantes) se sumó la obtención del duplicado de permisos de circulación y de informes de los vehículos.

Finalmente, los ciudadanos pueden utilizar las oficinas para el **pago de impuestos locales**, a raíz de los convenios de colaboración firmados con ayuntamientos como el de Málaga.

#### Avances en el despliegue del nuevo modelo de oficina

En 2019 cerca de la mitad de la red de oficinas **operaban ya con el nuevo modelo comercial** que Correos está implantando en los últimos años, con el objetivo de mejorar la experiencia del cliente, mediante una atención más cercana y personalizada.

#### **5.4.11. SERVICIOS DE TELECOMUNICACIONES Y CONECTIVIDAD**

Correos Telecom **comercializa** la capacidad excedentaria de la **red de telecomunicaciones del Grupo Correos**, ofertando el alquiler de conectividad de alta capacidad; de infraestructuras lineales para el tendido de cable; de fibra oscura; y de emplazamientos para equipos de telecomunicaciones y de emisiones radioeléctricas.

En 2019 se mantuvo el crecimiento de la línea de negocio de infraestructuras, principal actividad de Correos Telecom. Asimismo, el pasado año **la facturación por alquiler de emplazamientos se incrementó** con la firma de **nuevos contratos**.

Este crecimiento respondió en gran medida a la **mayor demanda de espacios en oficinas de Correos para** la instalación de nodos cabecera de despliegues FTTH, necesarios para que los operadores de telecomunicaciones puedan **llevar servicios de Internet con fibra hasta los hogares**. La red de establecimientos de Correos, con ubicaciones en todo el territorio, ofrece a estas compañías una ventaja única para sus despliegues en todo tipo de poblaciones y especialmente en las de menor tamaño.

Correos Telecom también comercializa **infraestructuras de fibra óptica oscura**, que suelen ser contratadas por los operadores de telecomunicaciones, mediante contratos de larga duración o derechos irrevocables de uso, para integrarlas en sus redes troncales.

En 2019 la empresa cerró un contrato para suministrar servicios de comunicaciones entre los centros de procesamiento de datos de un gran cliente internacional.

La filial inició además la provisión de conexiones de fibra óptica hasta las torres de telefonía móvil del principal operador de estas infraestructuras. Este despliegue, que previsiblemente crecerá en los próximos años, es requerido para la **implantación de la tecnología 5G**, con el fin de sustituir los actuales enlaces vía radio utilizados en las tecnologías 2G, 3G y 4G.

La oferta de Correos Telecom se completa con el alquiler de direccionamiento IPV4 y provisión de servicios propios de acceso a Internet. Además, la compañía se encarga de gestionar la red de telecomunicaciones y prestar apoyo tecnológico al resto del Grupo Correos.



#### 5.4.12. LA FILATELIA COMO REFLEJO DE LA SOCIEDAD

En 2019 Correos promovió nuevas emisiones filatélicas, en las que la compañía impulsó la **introducción de nuevas temáticas y materiales**, como acetatos, maderas, baño de oro, pergaminos, barnices 3D o tintas fotoluminiscentes, o el **uso de tecnología de realidad de aumentada** para ofrecer sensaciones auditivas o visuales.

Asimismo, como parte del servicio digital TuSello, con el que es posible transformar imágenes y vídeos en sellos reales, Correos lanzó **SEYO3D**, que permite convertir la foto de una persona en un bajo relieve realizado en impresoras 3D, con la forma de un timbre postal.

La compañía comercializó además **otros productos filatélicos y numismáticos** (carpetas, libros, estuches, monedas).

En su labor de promoción del coleccionismo, Correos continuó su colaboración con la Federación Española de Sociedades Filatélicas (FESOFI), apoyando la organización de exposiciones en centros educativos, y siguió convocando el **concurso Disello al mejor diseño filatélico**. Como en años anteriores, la compañía estuvo presente también en más eventos del sector, como la Feria Nacional del Sello o Exfilna.



Por último, el pasado año gran cantidad de personas visitaron la colección permanente y exposiciones temporales del **Museo Postal y Telegráfico**, que ofrece un recorrido temático y cronológico a través de la historia de las comunicaciones y a las rutas divulgativas guiadas sobre historia postal y telegráfica realizadas en Madrid y Barcelona.

#### 5.5 ESTABILIZACIÓN DEL EMPLEO Y MEJORA DE LA CAPACITACIÓN DE LAS PERSONAS

La gestión integral de las personas constituye uno de los elementos esenciales de la estrategia del Grupo Correos, **uno de los grupos públicos con mayores dimensiones y capital humano**. Sus principales impactos laborales están relacionados con la calidad y estabilidad del empleo, la formación y desarrollo profesional, la atracción y retención del talento, la diversidad, así como la salud y seguridad laboral.

Estos impactos son gestionados a través de una política, cuyas líneas de actuación e indicadores de seguimiento se diseñan de acuerdo con la legislación laboral vigente y conforme a los principales marcos de referencia en el sector público español y en el ámbito postal internacional.

##### Fortalecimiento del empleo

En 2019 el Grupo Correos contaba con una plantilla media de 54.689 efectivos (FTE). La matriz, Correos, aportaba la mayor proporción, con 53.041 profesionales. De esa cifra, el 83% eran trabajadores en régimen laboral y el 17%, personal funcionario.

Para la estabilización y reposición de puestos de trabajo hasta 2020. En marzo de 2019 se incorporaron personas como personal laboral fijo, procedentes del proceso selectivo

desarrollado en 2018. A estas incorporaciones se suman más puestos operativos, cuyas pruebas selectivas se desarrollaron en enero de 2020.

Estas evaluaciones se desarrollaron de forma simultánea en 29 ciudades, con la colaboración de profesionales de Correos.

En el ámbito del desarrollo profesional, se publicaron las bases generales para la promoción interna de personal funcionario.

De igual modo, se seleccionaron personas para puestos de dirección de oficinas y jefaturas de unidad de distribución y logística, con el objetivo de desprovisionalizar estas posiciones.

Durante el ejercicio, el concurso de traslados permitió atender las expectativas de movilidad funcional o geográfica de profesionales ubicados en puestos de distribución, tratamiento y oficinas. En junio de 2019 se publicó una nueva convocatoria.

Respecto a las políticas de estabilidad del empleo en las filiales, gracias a la aprobación de una tasa de reposición conjunta para el Grupo por parte del Grupo SEPI, Correos Nexea y Correos Telecom consolidaron puestos de trabajo, mientras que Correos Express convocó a finales del ejercicio un proceso selectivo para transformar puestos temporales en indefinidos.

#### Procesos de promoción interna

El Grupo Correos contempla la promoción interna como el principal componente para fomentar y retener el talento, a través de planes de desarrollo profesional. Los procesos selectivos y de movilidad laboral desarrollados el pasado ejercicio incluyeron:

- La promoción interna de profesionales.
- La citada provisión de puestos de jefaturas de equipo en oficinas, distribución y logística, para el reforzamiento de la estructura de mandos operativos.
- El programa de sustitutos que capacita a profesionales de puestos operativos para desempeñar provisionalmente posiciones de jefatura de equipo en oficinas, distribución y logística no cubiertas. Como parte de este plan, el pasado ejercicio se impulsó la digitalización del proceso de selección y se utilizaron herramientas de geolocalización para ajustar las candidaturas propuestas a las necesidades geográficas específicas de cada zona.

El pasado ejercicio se inició también el proyecto de experiencia del candidato, que culmina el proceso de medición global del ciclo de vida del empleado en Correos. A través de cuestionarios, los profesionales que participaron durante 2019 en procesos de selección valorarán durante 2020 su satisfacción durante el proceso completo de incorporación a la empresa. De este modo se definirá el mapa de experiencia global del empleado y se definirán futuros planes de mejora.

El programa de acogida y seguimiento (ABACO), destinado a formar a los trabajadores que se incorporan o cambian de puesto dentro de la compañía, contó además con una nueva aplicación móvil para facilitar su acceso. El personal temporal o de nuevo ingreso dispone además de la plataforma Colearning, un entorno online con información sobre los procesos y

aplicaciones relacionados con puestos operativos, para acompañarles en sus primeros meses de adaptación y atender sus necesidades de desarrollo.

#### Formación para las nuevas necesidades estratégicas

La política formativa del Grupo Correos se orienta a dar respuesta a las necesidades estratégicas del negocio y de desarrollo profesional de sus empleados, con el objetivo de prestar un servicio excelente y respaldar la oferta de nuevos productos y servicios.

En 2019 Correos realizó acciones formativas, impartidas en su mayoría por formadores internos, con gran asistencia y **millones de horas formativas**.

El 49% de los profesionales formados utilizó la modalidad online, a través de la plataforma de e-learning Campus virtual, que facilita la conciliación laboral. El 51% restante recibió formación presencial, a distancia y en puesto de trabajo.

La compañía puso también a disposición de sus empleados ámbitos didácticos especializados como:

- La **“Escuela de productos”**, espacio de autoaprendizaje en el Campus virtual con itinerarios sobre la oferta comercial de Correos, así como con videotutoriales para la red de oficinas, sobre los principales productos que comercializan y técnicas de venta.
- La **“Escuela de ventas”**, dirigida especialmente a la capacitación de los gestores comerciales. En 2019 se desarrolló una acción formativa específica para los equipos de atención al cliente y postventa.
- La **“Escuela de formadores”**, que proporcionó capacitación como community manager a los formadores internos, para fomentar la dinamización de los entornos colaborativos del Campus virtual.
- La **“Escuela de liderazgo”**, que ofreció distintas acciones formativas para responsables, a través de diversas metodologías (rol play, coaching...).
- Los proyectos de **“Expertos de conocimiento”**, basados en la colaboración de profesionales de la compañía con amplia experiencia en determinadas áreas, para la creación y actualización de contenidos didácticos.
- El programa de **acompañamiento en oficinas, logística y distribución**, para impulsar la transferencia de conocimientos y adopción de las mejores prácticas entre sus responsables.
- El proyecto de autoaprendizaje **“Soy digital”**, que fomenta el desarrollo de las competencias digitales entre los trabajadores.
- El **“Entorno directivo”**, plataforma con contenidos sobre gestión, desarrollo personal, competencias y estrategia, de reconocidos autores y universidades de negocio. Este espacio se ofrece a todo el personal directivo y participantes del programa de talento “Clic”.

El pasado ejercicio también se desarrollaron acciones formativas específicas, como el programa de transformación y habilidades para el área jurídica o los cursos sobre facturación electrónica, procedimiento interno de contratación y experiencia de cliente.



La compañía impartió además programas formativos valorables en los procesos de selección, destinados a los participantes en las convocatorias de consolidación de empleo, el programa de sustitutos, los procesos de desprovisionalización de puestos de jefaturas de equipo, la promoción interna de funcionarios y el concurso de traslados.

Asimismo, el sistema de evaluación del desempeño siguió ofertando itinerarios formativos focalizados en distintas habilidades (orientación a la excelencia, a objetivos, trabajo en equipo o innovación) y conocimientos (productos y servicios, sector y regulación).

Correos continuó organizando el programa de **conferencias mensuales sobre temáticas de interés para los empleados** (como concienciación acerca de la violencia de género, prevención del cáncer de mama, igualdad y diversidad, buen uso de Internet por parte de los adolescentes o técnicas de mindfulness, entre otras). Estas sesiones divulgativas fueron también difundidas en vídeo a través del Campus virtual y la intranet corporativa.

Por su parte, la filial Correos Express desarrolló un **programa de liderazgo** para sus responsables, al que se sumaron otras acciones formativas en herramientas digitales y operativas, capacitación como gestor del transporte, habilidades comerciales para el equipo de ventas, gestión medioambiental y de calidad, cursos de acogida por perfiles profesionales, así como prevención de riesgos laborales y hábitos saludables.

Correos Nexea impartió cursos a sus profesionales sobre habilidades (liderazgo, trabajo en equipo o gestión de proyectos), conocimientos técnicos en herramientas digitales y operativas o principales procesos (cadena de custodia FSC y PEFC, seguridad de la información).

Correos Express Portugal desarrolló acciones formativas sobre herramientas tecnológicas, procedimientos aduaneros ante el Brexit, seguridad y salud laboral o nuevas normativas aplicables al sector, entre otros. Por último, los planes formativos de Correos Telecom se orientaron a la actualización de conocimientos técnicos y de habilidades de gestión.



## **5.6 POTENCIACIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO PRESTADO POR CORREOS**

El Servicio Postal Universal (SPU), conjunto de servicios postales cuya prestación garantiza el Estado de forma permanente en todo el territorio nacional y a precio asequible para todos los usuarios (de modo que todos los ciudadanos tengan garantizado el derecho de acceso a los servicios postales) incluye las actividades, entre otras, de recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de envíos nacionales e internacionales, con fechas y plazos determinados por ley.

En virtud de la Ley Postal vigente (Ley 43/2010, del 30 de diciembre, del Servicio Postal Universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal) el Estado encomendó a Correos la prestación del SPU por un periodo de 15 años (hasta 2025, inclusive).

Para llevar a cabo este servicio Correos recibe una cantidad prevista en los Presupuestos Generales del Estado.

Uno de los puntos claves en la estrategia es conseguir una financiación suficiente y estable para el SPU.

La Comisión Europea revisa en la actualidad el método de cálculo del coste neto del SPU propuesta por el Ministerio de Fomento, que forma parte del Plan de Prestación de Servicio Postales.

## **6. ORGANISMOS REGULADORES**

### **6.1. ORGANISMOS DE LA ADMINISTRACIÓN ESPAÑOLA CON COMPETENCIAS POSTALES**

Según el artículo 50 de la Ley Postal tendrán la consideración de Autoridad Nacional de Reglamentación Postal:

- El Gobierno, en el ejercicio de la potestad reglamentaria.
- Los órganos superiores y directivos del Ministerio de Fomento, conforme a las atribuciones que les confiere la normativa vigente.
- La Comisión Nacional del Sector Postal, de acuerdo con su ley de creación (sustituida posteriormente por la CNMC, Ley 3/2013, de 4 de junio).

Corresponde al Gobierno la potestad reglamentaria originaria en materia postal, al Ministerio de Fomento la ordenación normativa y ejecución de la política postal y a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia la supervisión y regulación del mercado postal, todo ello de acuerdo con su normativa específica y sin perjuicio de las competencias que correspondan a la Comisión de la Unión Europea de acuerdo con la normativa comunitaria.

La Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, ha agrupado en este único organismo regulador las funciones supervisoras relativas a los distintos sectores productivos, con el objetivo de velar por un correcto funcionamiento de los mercados y la libre competencia. En materia postal esta ley ha distribuido las competencias regulatorias entre la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia y el Ministerio de Fomento, que las ejerce a través de la Subdirección General de Régimen Postal.

De conformidad con lo establecido en la Ley 43/2010, de 30 de diciembre y en la Ley 3/2013, de 4 de junio, el Real Decreto 121/2015, de 27 de febrero, que modifica el Real Decreto 452/2012, de 5 de marzo, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Fomento, detalla las siguientes **funciones de la Subdirección General de Régimen Postal**:

- La definición de las políticas de desarrollo del servicio postal universal y la elaboración de las disposiciones de carácter general en materia postal.
- El seguimiento e información sobre las políticas comunitarias y las de cooperación al desarrollo en materia postal.
- La participación en organizaciones postales nacionales e internacionales sin perjuicio de las que corresponden a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.
- La resolución de las controversias, quejas y denuncias de los usuarios en el ámbito del servicio postal universal.
- El ejercicio de la potestad de inspección y sanción en materia de su competencia.
- El sistema de autorizaciones, cobro de tasas postales y la gestión del Registro General de empresas prestadoras de servicios postales.
- La información a los usuarios de las condiciones de prestación de los operadores postales.
- La propuesta de fijación de los servicios mínimos de carácter obligatorio para asegurar la prestación del servicio postal universal.

Además, la Subdirección General de Régimen Postal provee las secretarías y el apoyo administrativo de los siguientes consejos y comisiones del sector:

- **El Consejo Superior Postal** es el máximo órgano de participación de las Administraciones Públicas, los usuarios, los prestadores de servicios postales, los sindicatos, que tengan la consideración de más representativos tanto a nivel estatal como autonómico, y las asociaciones filatélicas en materia postal. El Consejo será presidido por el Subsecretario de Fomento o la persona en quien delegue y tendrá atribuidas las funciones consultivas del Gobierno en materia postal que determine su norma de desarrollo.
- **La Comisión Filatélica del Estado**, adscrita al Ministerio de Fomento, es un órgano consultivo de los Ministerios de Fomento y de Hacienda y Administraciones Públicas, con funciones de consulta, asesoramiento y propuesta en materia de emisión de sellos y demás signos de franqueo.  
En la composición de esta Comisión se garantizará la participación de las asociaciones filatélicas más representativas.
- **El Consejo de la Orden Civil del Mérito Postal y Medalla al Mérito Filatélico**, es el órgano que ostenta la representación de la Orden y Medalla e informa los expedientes de propuesta de concesión y de privación de condecoraciones.  
Las condecoraciones que pueden otorgarse en el ámbito postal son la Orden Civil del Mérito Postal y la Medalla al Mérito Filatélico.  
Las propuestas de condecoraciones deberán ir dirigidas al Secretario del Consejo para su tramitación reglamentaria.

**La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia** supervisa y controla el correcto funcionamiento de diversos mercados, entre ellos el mercado postal. Tiene por objeto garantizar, preservar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios.

Este organismo público está dotado de personalidad jurídica propia y plena capacidad pública y privada y actúa, en el desarrollo de su actividad y para el cumplimiento de sus fines, con autonomía orgánica y funcional y plena independencia del Gobierno, de las Administraciones Públicas y de los agentes del mercado. Asimismo, está sometida al control parlamentario y judicial.

De acuerdo con lo establecido en el artículo 8 de la Ley 3/2013, de 4 de junio, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervisará y controlará el correcto funcionamiento del mercado postal. Entre otras, ejercerá las siguientes **funciones**:

- Velar para que se garantice el servicio postal universal, en cumplimiento de la normativa postal y la libre competencia en el sector, ejerciendo las funciones y competencias que le atribuye la legislación vigente.
- Verificar la contabilidad analítica del operador designado y el coste neto del servicio postal universal y determinar la cuantía de la carga financiera injusta de la prestación de dicho servicio, de conformidad con lo establecido en el Capítulo III del Título III de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal, así como en su normativa de desarrollo.
- Gestionar el Fondo de financiación del servicio postal universal y las prestaciones de carácter público afectas a su financiación, de conformidad con lo establecido en el Capítulo III del Título III de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, y en su normativa de desarrollo.
- Supervisar y controlar la aplicación de la normativa vigente en materia de acceso a la red y a otras infraestructuras y servicios postales, de conformidad con lo establecido en el Título V de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, así como en su normativa de desarrollo.
- Realizar el control y medición de las condiciones de prestación del servicio postal universal, de conformidad con lo establecido en el Capítulo II del Título III de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, así como en su normativa de desarrollo.
- Gestionar y controlar la utilización del censo promocional conforme a lo definido en la normativa sobre Protección de Datos, conforme a lo que se determine reglamentariamente.
- Dictar circulares para las entidades que operen en el sector postal, que serán vinculantes una vez publicadas en el Boletín Oficial del Estado.
- Emitir el informe previsto en la Disposición adicional segunda de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, para el seguimiento de las condiciones de prestación del servicio postal universal.
- Realizar cualesquiera otras funciones que le sean atribuidas por Ley o por Real Decreto.

Además, de conformidad con el artículo 12 d) de la Ley 3/2013, de 4 de junio, resolverá sobre:

- Conflictos entre el operador designado y otros operadores postales respecto al acceso a la red postal y a otros elementos de infraestructura y servicios postales
- Establecimiento de las condiciones de acceso a la red postal a petición del operador designado
- Conflictos entre operadores postales no designados para la prestación del servicio postal universal.

**La Sociedad Estatal Correos y Telégrafos Sociedad Anónima** es el operador postal designado por el Estado para prestar el servicio postal universal.

## **6.2. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES DE LAS QUE FORMA PARTE CORREOS**

Correos es miembro de las siguientes organizaciones postales internacionales:

### **UPU / Unión Postal Universal**

Es una agencia intergubernamental especializada del sistema de Naciones Unidas. Fundada el 9 de octubre de 1874, tiene sede en Berna (Suiza). Está formada por 192 países. Es el foro principal para la cooperación entre los servicios postales y ayuda a asegurar una red mundial basada en el concepto de servicio postal universal y el desarrollo de productos y servicios actualizados.

La UPU desarrolla funciones de consejo, mediación y enlace. Organiza la cooperación técnica entre sus países miembros. Establece normas para el intercambio del correo internacional y emite recomendaciones para estimular el crecimiento de los volúmenes postales y mejora de la calidad de servicio.

España es miembro de la UPU desde 1950. En el XXVI Congreso de UPU (Turquía, octubre 2016) España fue elegida miembro de los dos máximos órganos de decisión de la Unión Postal Universal: el Consejo de Administración y Consejo de Explotación Postal.

### **UPAEP / Unión Postal de las Américas, España y Portugal**

Fue creada en 1932 y tiene su sede en Uruguay. Su finalidad es favorecer el libre intercambio de envíos postales tanto a nivel nacional como internacional.

Países miembros: Antillas Neerlandesas (Curazao), Argentina, Aruba, Bolivia, Brasil, Canadá, Chile, Colombia, Costa Rica, Cuba, Ecuador, El Salvador, España, Estados Unidos, Guatemala, Haití, Honduras, México, Nicaragua, Panamá, Paraguay, Perú, Portugal, Rep. Dominicana, Sint Maarten (Isla de San Martín), Suriname, Uruguay y Venezuela.

Correos copreside el Grupo de Trabajo de Filatelia. Además, España forma parte del Comité de Gestión como primer vicepresidente hasta 2021.

### **IPC / Internacional Post Corporation**

Es una asociación corporativa de 25 operadores postales de Europa, Norte América y el Pacífico Sur. Fundada en 1989 es una sociedad cooperativa regida por el derecho holandés y

sede en Bruselas. Está integrada por dos filiales: UNIPOST e IPC Technology. Socios actuales: Correos de América del Norte, los quince originarios de la Unión Europea, sin perjuicio del número de miembros actuales y los de Chipre, Islandia, Noruega y Suiza.

Los miembros del IPC manejan el 65% del tráfico postal mundial.

Su misión es proporcionar asistencia a sus miembros para facilitar el desarrollo y la mejora de los servicios postales. Su actividad tiene 4 ejes:

- Medida de la calidad del servicio, especialmente en los flujos internacionales.
- Mejora de la calidad del servicio mediante acciones de mejora, integración y benchmarking de proceso.
- Recopilación y suministro de información estratégica y comercial sobre mercados postales y el apoyo en el desarrollo de productos y servicios.
- Gestión de un sistema multilateral de gastos terminales (REIMS), así como recopilación y suministro de información en materia regulatoria.

### **EPG / European Parcel Group**

Fundada en 1996 para potenciar el intercambio de paquetería entre operadores. Aparte de los operadores postales europeos forman parte del grupo Estados Unidos y Hungría con un total 31 países.

Grupo integrado por los principales operadores europeos que aportan valor añadido a la paquetería tradicional. Pertenecer a ese grupo supone cumplir sus exigentes requisitos, alcanzar sus estándares de calidad, disponer de sistemas de información eficaces que permiten el intercambio telepático y respetar el protocolo de atención al cliente de contestar a sus reclamaciones antes de 48 horas.

Respecto a la calidad de distribución y entrega cada país publica estándares en zonas geográficas y códigos postales. En España:

- D+1: Principales ciudades peninsulares.
- D+2: Resto península, Ceuta, Melilla y Palma de Mallorca.
- D+3: Resto Islas Baleares, Tenerife y Las Palmas de Gran Canaria.
- D+4: Resto de Islas Canarias.

Hasta sus destinos los envíos están marcados por claves para medir la calidad:

- Admisión en oficina o CAM.
- Salida de Oficina de Cambio de origen.
- Llegada a Oficina de Cambio de destino.
- Retención en aduana (países no comunitarios y territorios especiales).
- Salida de la aduana.
- Intento de entrega.
- Entrega final.

En función de las medidas de calidad EPG establece un sistema de pagos por objetivos. No se limita a la entrega a tiempo, también se penaliza la ausencia de información o la tardanza en transmitirla. Dado que las penalizaciones pueden llegar al 100% del envío, hay un gran compromiso para gestionar eficazmente el tráfico vinculado a EPG. Otro valor añadido es la gestión de las reclamaciones. Se tramitan a través de un sistema propio, Rugby, que funciona Online 24 horas al día, 365 días al año y con respuesta a los clientes en menos de 48 horas.

### **Grupo KAHALA**

La “Alianza Postal Kahala” (Kahala post Group - KPG) está compuesta por los 11 operadores postales líderes en Europa, Asia y América: Canadá Post (Canadá), USPS-United Status Postal Services (Estados Unidos), La Poste (Francia), Royal Mail (Reino Unido) , Hong Kong Post (Hong Kong), Japan Post (Japón), China Post Group (China), Australian Postal Corporation (Australia), Thailand Post(Tailandia), Korea Post (Corea) y Correos y Telégrafos S.A. (España).

Se trata de un eje estratégico para situarnos como operador internacional de referencia en el negocio de los EMS, en la paquetería internacional y en la gestión de envíos derivados del creciente comercio electrónico.

Como particularidad, en el momento de admisión de estos envíos se indica al cliente el día en que se entregarán. Esto se hace a través del Calculador de Garantías (GC), que contiene una base de datos con todos los códigos postales de los países miembros, y que en función de la información de admisión, el sistema te calcula la fecha de entrega estimada, y que a su vez, es garantizada. Este Calculador de Garantías está integrado en los sistemas de admisión de Correos (IRIS), por lo que la calidad de grabación para estos destinos es clave para poder ofrecer a los clientes de Correos los servicios que tiene Kahala.

Se garantiza a los clientes la devolución del importe íntegro en caso de incumplimiento de las condiciones del servicio.

En el grupo Kahala, la calidad para EMS debe ser desde admisión a entrega (end to end) de 95% en su entrega: D+3 IntraAsia, y D+5 Intercontinental (para cualquier CP origen/destino). También es pertinente añadir que en los envíos del grupo Kahala la calidad se mide en tres etapas o "legs":

- Desde el momento de la admisión hasta la salida de la oficina de cambio (país de origen) LEG 1.
- Durante el transporte internacional (salida país origen y llegada a país destino) LEG 2.
- Desde la llegada a la oficina de cambio del país de destino hasta la entrega al destinatario LEG3.

### **POSTEUROP**

La compañía preside el Comité de Asuntos Europeos.

### **PUMED / Unión Postal del Mediterráneo.**

Correos pertenece a su Comité de Dirección.