

TEMA 14. CORREOS: MARCO LEGAL, ORGANIZACIÓN Y ESTRATEGIA

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), 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) y el Reglamento de Prestación de los Servicios Postales (Real Decreto 1829/1999, de 3 de diciembre).

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

La Ley Postal regula la recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega de los **envíos postales**. El servicio de giro postal se considera como servicio complementario a los servicios postales.

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 al operador designado conforme a la disposición adicional primera (Correos), y los que se impongan a los titulares de autorizaciones administrativas singulares en los términos dispuestos en la Ley Postal.

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 correspondencia¹, 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.

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.

¹ 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.

14.1 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.

14.1.1 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 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 transfronterizo²) y los servicios de envíos certificados y envíos con valor declarado en cartas, paquete azul y paquete internacional económico.

² 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.

14.1.2 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.

14.2 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 reglamentariamente³.

14.3 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.

³ 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.

14.4 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 beneficien 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 informarán 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 abrirlos, 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.

14.5 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.

El Consejo de Administración de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., acordó aprobar los precios de los productos y servicios postales, de telecomunicación, de paquetería y resto de servicios prestados por Correos para 2019 y fueron publicados en diciembre de 2018.

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.

14.6 La estructura de la S.E. Correos y Telégrafos, S.A.

SOCIEDAD 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.

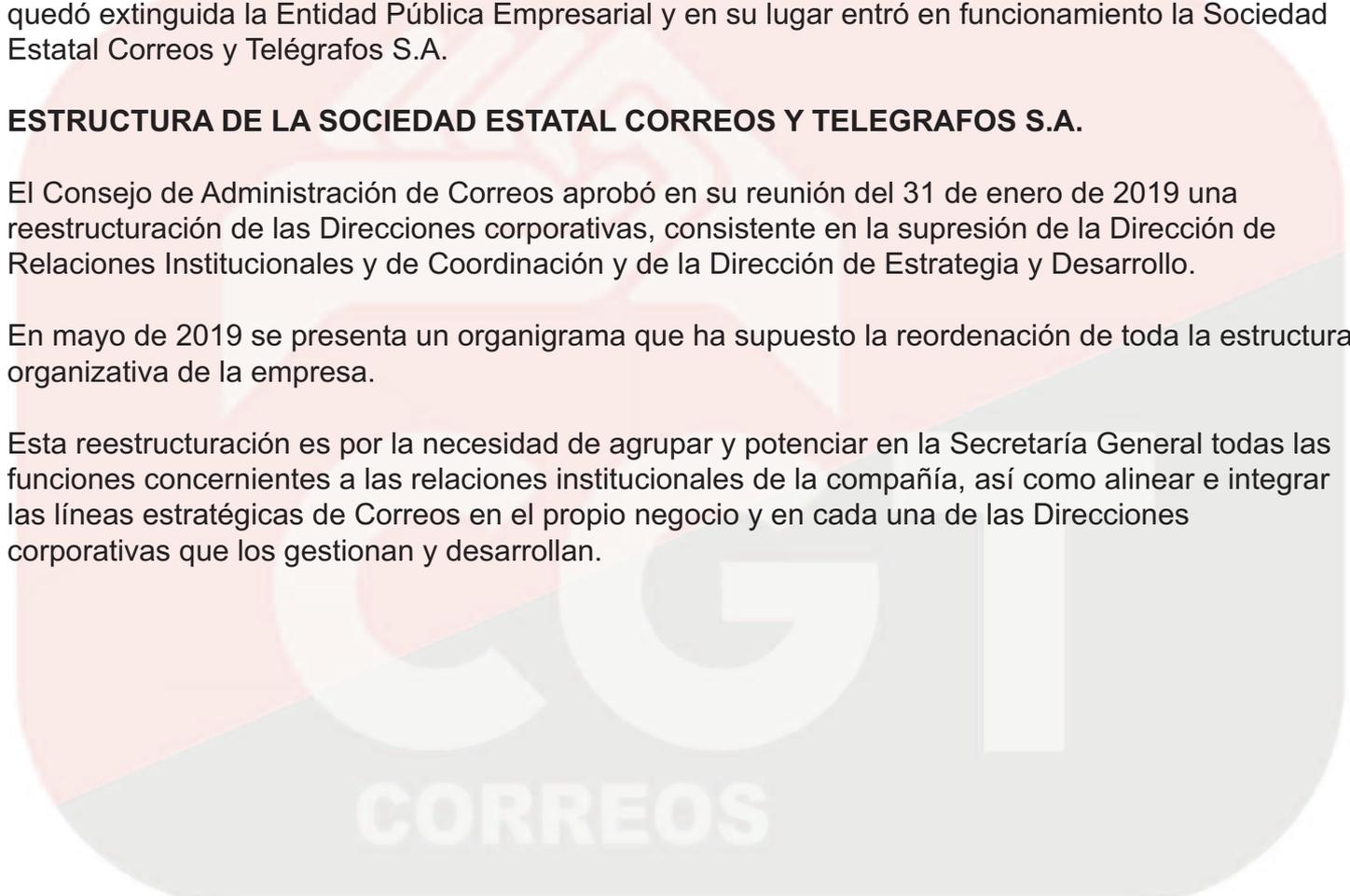
Con fecha 3 de julio de 2001, día en que se hizo la solicitud de inscripción en el Registro Mercantil, quedó extinguida la Entidad Pública Empresarial y en su lugar entró en funcionamiento la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos S.A.

ESTRUCTURA DE LA SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELEGRAFOS S.A.

El Consejo de Administración de Correos aprobó en su reunión del 31 de enero de 2019 una reestructuración de las Direcciones corporativas, consistente en la supresión de la Dirección de Relaciones Institucionales y de Coordinación y de la Dirección de Estrategia y Desarrollo.

En mayo de 2019 se presenta un organigrama que ha supuesto la reordenación de toda la estructura organizativa de la empresa.

Esta reestructuración es por la necesidad de agrupar y potenciar en la Secretaría General todas las funciones concernientes a las relaciones institucionales de la compañía, así como alinear e integrar las líneas estratégicas de Correos en el propio negocio y en cada una de las Direcciones corporativas que los gestionan y desarrollan.



CORREOS

ORGANOS RECTORES. ORGANIZACION CENTRAL

1.- Unidades de Superior Dirección y Gestión

- El Consejo de Administración y su Comisión Ejecutiva.
- El Presidente.
- Del Presidente depende todas las Unidades de Apoyo, Direcciones Corporativas y Empresas Filiales.

Existe un **Comité de Dirección** formado por:

- Secretaría General y del Consejo.
- Dirección de Auditoría y Control.
- Dirección de Comunicación y Marketing.
- Dirección Financiera y de Expansión.
- Dirección de Personas y Relaciones Laborales (antes de Recursos Humanos).
- Dirección de Organización, Tecnología e Innovación.
- Dirección de Comercial.
- Dirección de Operaciones.
- Dirección Adjunta de Oficinas y Servicios Financieros (tiene las funciones de la extinta Subdirección de Red de Oficinas).

2.- Unidades de Apoyo a la Superior Dirección

A) **Secretaría General y del Consejo.**

Función:

- Prestar asistencia al Presidente y actuar como órgano de coordinación general del centro directivo y de la estructura territorial.
- Prestar asistencia jurídica a la Sociedad Estatal.
- Prestar asistencia al Consejo de Administración.
- Defender los intereses de Correos en el ámbito internacional desde el punto de vista regulatorio e institucional.
- Desarrollar las políticas corporativas en materia de RSC.

Dependen:

- Vicesecretario.
- Subdirección de Servicios Jurídicos.
- Subdirección de Relaciones Institucionales y Transparencia.
- Subdirección de Responsabilidad Social Corporativa.

Secretaría General y del Consejo		
	Vicesecretario	
Subdirección de Servicios Jurídicos	Subdirección de Relaciones Institucionales y Transparencia	Subdirección de Responsabilidad Social Corporativa
Unidad Contenciosa	Área Servicios Generales	Sostenibilidad y Eficiencia Energética
Unidad de Laboral		
Área Contratación Pública y Órganos Internos	Área de Servicio y Estudio	
Área Fiscal e Inmobiliario		

B) Dirección de Auditoría y Control

Función:

Se trata de una Dirección transversal cuya misión es variada y directamente relacionada con las Unidades dependientes de la misma. Tiene entre otras funciones la de llevar a cabo las auditorías internas de las distintas Unidades, control de la estadística y el control de la seguridad

Dependen:

A nivel central:

- Subdirección de Control y Estadística.
- Área de Control (Auditoría).
- Área de Estadística.
- Área de Auditoría interna.

A nivel zonal:

- Zonas de Auditoría de inspección.

Dirección de Auditoría y Control (Director de Auditoría y Control)				
Área de Control (Auditoría) (Responsable Área Control)	Área de Estadística (Responsable Estadística)	Área de Auditoría Interna (Responsable Auditoría Interna)	Zona de Auditoría e Inspección	Subdirección de Control y Estadística (Subdirector de Control y Estadística)
Coordinador de Informaciones	Coordinador de Muestreos y Sistemas	Adjunto de Auditoría Interna		
Coordinador de Control de Calidad				
Coordinador de Auditoría S.G.C.				

CORREOS

C) Dirección de Comunicación y Marketing

Función:

Establecer, desarrollar y coordinar la política de comunicación de la Sociedad impulsando las políticas de marketing de Correos.

Dependen:

- Comunicación interna.
- Comunicación externa.
- Coordinación y Contenidos.
- Redes Sociales.
- Audiovisuales.
- Área de Publicidad y Marca.

Dirección de Comunicación y Marketing (Director de Comunicación y Marketing)					
Comunicación Externa (Responsable de Comunicación Externa)	Comunicación Interna (Responsable de Comunicación Interna)	Coordinación y Contenidos (Responsable de Coordinación y Contenidos)	Redes Sociales (Responsable de Redes Sociales)	Audiovisuales (Responsable Audiovisuales)	Área de Publicidad y Marca (Responsable de Área de Publicidad y Marca)
					Almacén de Marketing

Roles Transversales Dirección Comunicación y Marketing				
Documentación Comunicación	Redacción Comunicación	Audiovisuales Comunicación	Fotografía Comunicación	Protocolo Comunicación

CORREOS

D) Dirección Financiera de Expansión

Función:

Ordenar, ejecutar y controlar la gestión económica-financiera de la Sociedad Estatal. Gestionar los programas de inversiones, de obras, instalaciones y suministros e, impulsar, desarrollar y controlar los programas de Excelencia y Sostenibilidad.

Dependen:

- Subdirección de Gestión Económica.
- Subdirección de Gestión Financiera.
- Subdirección de Inmuebles.
- Subdirección de Compras.
- Unidad de Contabilidad Analítica y Modelo de Costes.
- Área de Seguridad (COS).

Dirección Financiera y de Expansión							
Subdirección de Gestión Económica	Subdirección de Gestión Financiera	Subdirección de Inmuebles	Subdirección de Compras	Unidad de Contabilidad Analítica y Modelo de Costes	Área de Seguridad		Pull de Secretarías de Planificación y Finanzas
Área de Gestión Contable	Área de Análisis de Riesgo y Gestión de Cobros	Área Inmobiliaria y Urbanística	Área de Inversiones	Área de Contabilidad Analítica (Técnico de Contabilidad Analítica)	(Responsable Área de Seguridad)		
Área de Presupuestos	Área de Facturación	Área de Contratación y Presupuestos	Área de Gestión de Compras	Área de Costes e Ingresos (Controller de Gestión)	(Técnico Medio)		
Área de Impuestos	Área de Cuentas a pagar	Área de Obras y Mantenimiento	Área de Evaluación Técnica y Seguimiento de la ejecución de la Contratación	Área de Control de Gestión Comercial (Técnico de Control de Gestión) (Apoyo Corporativo Control de Gestión Comercial)	(Jefe de Sección Seguridad Postal)		
Área de Gestión de Activos y Consolidación	Gestión de Tesorería Servicios Centrales			Área de Control de Gestión	C.O.S.		
	Área de Administración de Tesorería						

CORREOS

E) Dirección de Personas y Relaciones Laborales

Función:

Diseñar y ejecutar la política de personas en la Sociedad Estatal

Dependen:

- Subdirección de Gestión, Organización y Desarrollo de Personas.
- Subdirección de Promoción de la Salud.
- Subdirección de Relaciones Laborales.
- Unidad de Formación.
- Área de Desarrollo Interno.

Dirección de Personas y Relaciones Laborales					
Subdirección de Gestión, Organización y Desarrollo (Subdirector de Gestión de Personal)	Subdirección de Promoción de la Salud (Subdirectora de Promoción de la Salud)	Subdirección de Relaciones Laborales (Subdirector Relaciones Laborales)		Unidad de Formación (Responsable Unidad de Formación)	Área de Desarrollo Interno
Área de Retribuciones (Responsable Área de Retribuciones)	Área de Gestión Incapacidad Temporal (Responsable de Área de Gestión Incapacidad Temporal Funcionarios)			Coordinación Proyectos	
Área de Planificación y Ordenación de RRHH (Responsable Área Planificación y ordenación de RRHH)				Coordinación Operativa	
Área de Sanciones (Responsable del Área de Sanciones)	(Responsable de Área de Gestión Incapacidad Temporal Laborales)			Área de Medios	
Área de Gestión de Personal (Responsable del Área de Gestión de Personal)	Servicio de Prevención Propio (Responsable del Área Servicio de Prevención Propio)				
Área de Gestión del Talento y Selección (Responsable del Área de Gestión Talento y Selección)					

F) Dirección de Organización, Tecnología e Innovación

Función:

Garantizar el alineamiento de las tecnologías de información y comunicaciones con las necesidades presentes y futuras de Correos, colaborando en la consecución de los objetivos generales de la Sociedad Estatal y enfocándose en la creación de valor para la organización

Dependen:

- Subdirección de Innovación.
- Subdirección de Organización, Eficiencia y Sostenibilidad.
- Subdirección de Sistema de Gestión.
- Secretaria de Organización, Tecnología e Innovación.
- Subdirección de Sistema de Operaciones.
- Subdirección de Explotación e Infraestructura.
- Área de Arquitectura.

Dirección de Organización, Tecnología e Innovación (Director de Organización, Tecnología e Innovación)						
Subdirección de Sistemas de Gestión (Subdirector de Sistemas de Gestión)	Subdirección de Sistemas Operacionales (Subdirector de Sistemas Operacionales)	Subdirección de Explotación e Infraestructuras (Subdirector de Explotación e Infraestructuras)	Subdirección de Innovación (Subdirector de Innovación)	Secretaría de Organización, Tecnología e Innovación	Subdirección de Organización, Eficiencia y Sostenibilidad (Subdirector de Organización, Eficiencia y Sostenibilidad)	Área de Arquitectura (Responsable Área de Arquitectura)

G) Dirección de Comercial

Función:

Definir, desarrollar, impulsar e implantar las políticas comerciales de Correos, que serán elaboradas en colaboración de las Divisiones y Unidades de Negocio de Correos y ejecutadas por las mismas.

Dependen:

- Subdirección de Clientes.
- Subdirección de Internacional.
- Subdirección de Filatelia.
- Subdirección de Negocio Digital.
- Subdirección de Ventas.
- Subdirección de clientes corporativos.
- Subdirección de Desarrollo de Negocio.

Dirección de Comercial							
Subdirección de Clientes		Subdirección de Desarrollo de Negocio	Subdirección de Filatelia	Subdirección de Internacional	Subdirección de Ventas (Gestor Comercial)	Subdirección de Clientes Corporativos (Técnico Apoyo Clientes Corporativos)	Subdirección Negocio Digital
Área de Herramientas Comerciales	Unidad de Gestión de Clientes	Área de Soluciones Postales	Área Ventas y ATC Filatelia	Área Servicios Internacionales	Área de Canal Indirecto	(Sector Manager Clientes Corporativos)	Área de Soluciones Digitales y eCommerce
Área de Inteligencia Comercial	Área de Reclamaciones	Área de Soluciones de Paquetería y Logística	Área Producción Filatelia	Área de Gestión de Internacional	Área de Red de Ventas	(KAM Clientes Corporativos)	Área de Desarrollo de Productos Digitales y Fintech
Área de Estrategia Comercial	Área de Atención al Cliente	Área de Soluciones a Clientes	Museo	Área de Servicios Internacionales	Área Administraciones Públicas		
Data Project	Área de Experiencia de Cliente	Área de Soluciones de Entrega de Paquetería	Biblioteca e Investigación y Documentación	E-commerce Internacional (Proyecto Tmall)	Área de Diversificación de Productos		
	Área de Postventa		Área Control Operativo y de Gestión		Área Análisis Comercial		

CORREOS

H) Dirección de Operaciones

Función:

Definir, desarrollar, implantar y controlar el modelo de producción y los procesos logísticos, desde la admisión de los productos y objetos, hasta la distribución de los mismos, con los criterios y estándares de calidad y eficiencia establecidos. Analizando el funcionamiento de todos los procesos logísticos postales y telegráficos. Ordenando, supervisando y controlando los puntos y centros de admisión y atención al público. Gestionando y controlando la red de transporte. Diseñando e implantando el modelo de tratamiento automatizado de correspondencia. Por último, impulsando y supervisando la red de ventas.

Dependen:

- Subdirección de Control de Gestión.
- Subdirección de Ingeniería, Mantenimiento y Servicios a la Red.
- Subdirección de Red de Distribución.
- Subdirección de Red de Logística.
- Unidad de Operaciones Internacionales.
- Área de Procesos y Proyectos.

Dirección de Operaciones					
Subdirección Red de Distribución	Subdirección de Red Logística	Unidad de Operaciones Internacionales	Subdirección de Ingeniería, Mantenimiento y Servicios a la Red	Subdirección de Control de Gestión	Área de Procesos y Proyectos
Área de Gestión Operativa	Área de Centros de Tratamiento	Oficina de Cambio	Área de Automatización	Área de Control de Gestión	
Área de Gestión de Recursos	Área de Admisión Masiva				
Área de Gestión del Territorio	Área de Transportes				

CORREOS

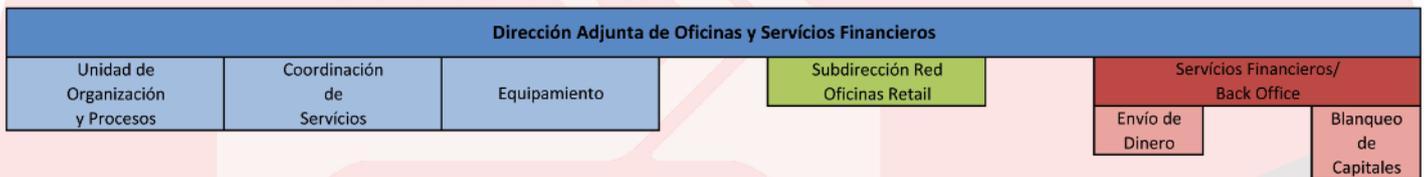
I) Dirección Adjunta de Oficinas y Servicios Financieros

Función:

Tiene las funciones de la extinta Subdirección de la Red de Oficinas.

Dependen:

- Subdirección de Red de Oficinas Retail.
- Unidad de Organización y Procesos.
- Unidad de Coordinación y de Servicios.
- Unidad de Equipamiento.
- Unidad de Servicios Financieros Back Office (Envío de dinero y Blanqueo de capitales).



CCGT
CORREOS

ORGANIZACION PERIFÉRICA DE LA SOCIEDAD ESTATAL CORREOS Y TELEGRAFOS

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 Logística (Coordinador Proceso Electoral)	Red de Distribución (Jefe de Sector Distribución)	Archivo General	Comercial Zona (Jefe de Postventa Zonal) (Gestor de Postventa Zonal) (Gestor de Ventas Zonal) (Gestor Comercial Zonal) (Gestor de Canales Zonal) (Coordinador de Concursos 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
	Centro de Tratamiento Provincial	Unidad de Servicios Especiales (USE)						Contabilidad y Almacén		Habilitación Zona
								Facturación y Cobro		Formación Zona
								Tesorería de Zona		Coordinador PRL



Las siete 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.

2.- Jefaturas Provinciales

Al frente de cada provincia hay un jefe provincial, que depende del director de Zona. Es el mayor responsable operativo y de coordinación de las distintas acciones en la provincia. En las provincias que sean sede de una Dirección de Zona, las funciones del jefe provincial las asumirá el director de Zona.

Oficinas

La división más aceptada es:

- Oficinas Principales (Jefaturas Provinciales).
- Administraciones.
- Oficinas Técnicas.
- Sucursales Urbanas.
- Oficinas Satélites.
- Oficinas Auxiliares.
- Enlaces Rurales.

Unidades de Distribución

Se clasifican en 2 grandes grupos:

- Unidades de Reparto Ordinario.
- Unidades de Servicios Especiales.

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. 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.

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

La 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.

14.7 Las otras empresas del Grupo Correos

Las otras tres empresas que junto a Correos forman el Grupo Correos son: Correos Express, Nexea y Correos Telecom.

Correos Express es la empresa de transporte de documentación y paquetería urgente (la División Exprés de Correos). Se dedica a la comercialización de un abanico de servicios de paquetería empresarial y valijas, con soluciones de entrega en distintas franjas horarias y de transporte a cualquier ciudad española y a las principales del mundo. Su objetivo es ampliar y mejorar su oferta desde un enfoque multiespecialista para seguir impulsando el crecimiento de Correos y su presencia en este mercado.

Nexea es la empresa de servicios integrales a empresas generadoras de comunicaciones masivas a través de productos adaptados a las nuevas tecnologías. Su oferta de servicios va más allá de la impresión y el manipulado de envíos, abarcando la gestión global de las comunicaciones de los clientes, desde el asesoramiento y diseño hasta la entrega de los envíos a los destinatarios. Trabaja para conseguir el liderazgo del sector.

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.

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.
- 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).

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.

CORREOS

14.8 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:

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

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.

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia supervise y controla el correcto funcionamiento de diversos mercados, entre ellos el mercado postal. En particular, ejercerá las siguientes funciones en materia postal:

1. 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.
2. 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.
3. 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.
4. 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.
5. 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.
6. 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.
7. Dictar circulares para las entidades que operen en el sector postal, que serán vinculantes una vez publicadas en el Boletín Oficial del Estado.
8. 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.
9. Realizar cualesquiera otras funciones que le sean atribuidas por Ley o por Real Decreto.

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 es el Órgano consultivo de los Ministerios de Hacienda y de Fomento, con funciones de consulta, asesoramiento y propuesta en materia de emisión de sellos y demás signos de franqueo.

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



14.9 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.

IPC / Internacional Post Corporation

Es una asociación corporativa de 24 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.

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 On Line 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, USPS (United States Postal Services), La Poste, Royal Mail, Hong Kong Post, Japan Post, China Post Group, Australian Postal Corporation, Thailand Post, Korea Post y Correos y Telégrafos S.A.

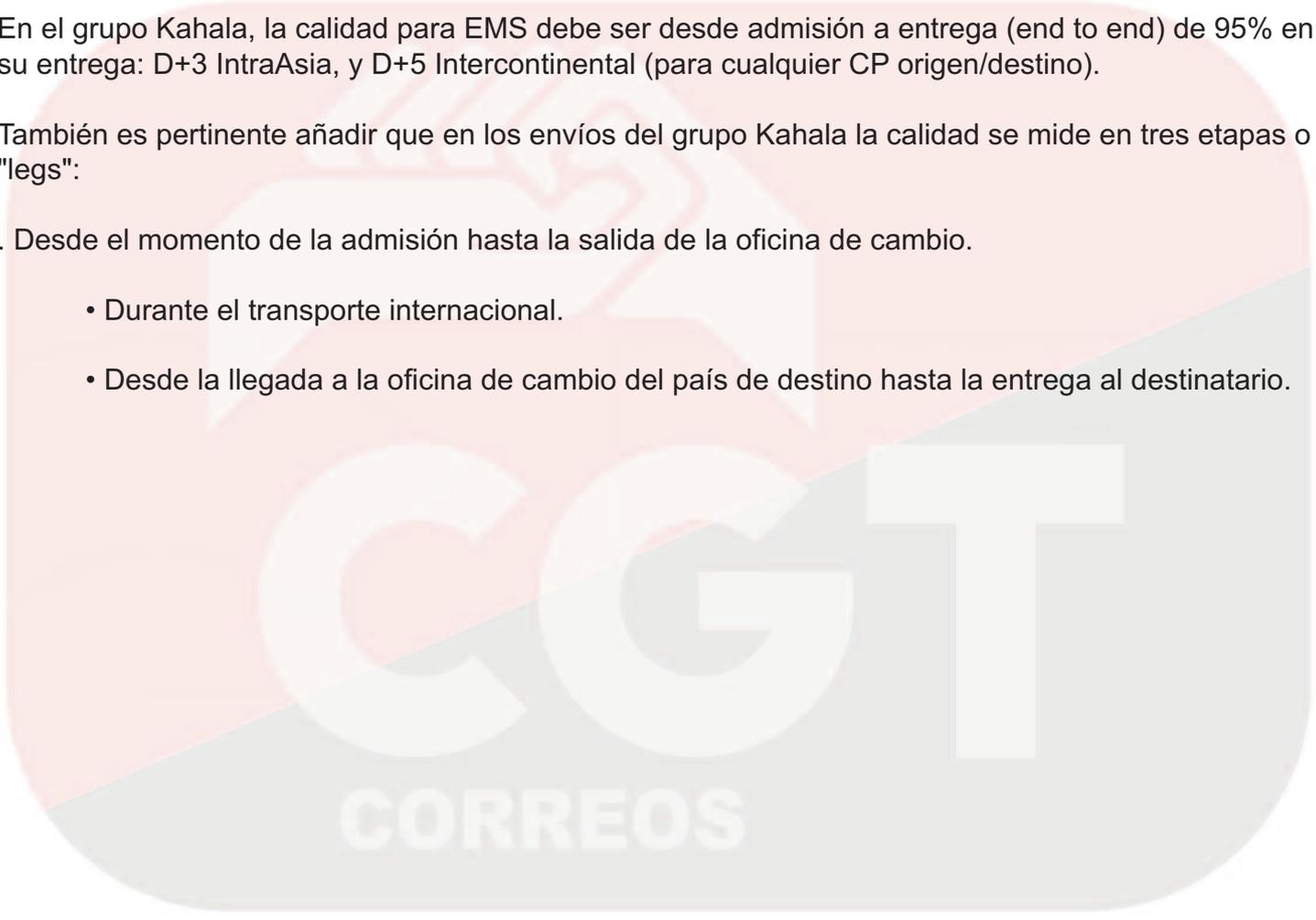
Se trata de un eje estratégico para situarnos como operador internacional de referencia en el negocio de los EMS, en la paquetería internacional y en la gestión de envíos derivados del creciente comercio electrónico.

Como particularidad, en el momento de admisión de estos envíos se indica al cliente el día en que se entregaran.

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.
 - Durante el transporte internacional.
 - Desde la llegada a la oficina de cambio del país de destino hasta la entrega al destinatario.

The logo for CCGT CORREOS is a large, semi-transparent watermark in the background. It features the letters 'CCGT' in a large, bold, sans-serif font, with 'CORREOS' written in a smaller, bold, sans-serif font directly below it. The logo is set against a light gray background that is part of a larger graphic element.

14.10 Memoria 2017

Es la última aprobada por la Sociedad Estatal en julio de 2018.

Cifras claves:

- Evolución del resultado antes de impuestos (millones de euros): 2011 (2,8), 2012 (-7,5), 2013 (65,3), 2014 (289,18), 2015 (50,53), 2016 (48,56), 2017 (187,88).

- Evolución empleados: 2011 (58.952), 2012 (55.775), 2013 (53.264), 2014 (51.275), 2015 (50.153), 2016 (49.785 excluida contratación por elecciones/ 51.027 total), 2017 (52.426).

- Evolución de los envíos gestionados (en millones): 2011 (4.065), 2012 (3.641), 2013 (3.282), 2014 (3.099), 2015 (2.936), 2016 (2.774), 2017 (2.637).

- Evolución flota de vehículos: 2011 (14.326), 2012 (14.177), 2013 (13.977), 2014 (13.529), 2015 (13.389), 2016 (13.347), 2017 (13.991).

- Evolución de puntos de atención:

- Oficinas: 2011 (2.379), 2012 (2.374), 2013 (2.375), 2014 (13.529), 2015 (2.383), 2016 (2.395), 2017 (2.396).

- Servicios Rurales: 2011 (7.238), 2012 (7.116), 2013 (6.913), 2014 (6.670), 2015 (6.563), 2016 (6.392), 2017 (6.273).

- Evolución unidades de servicios especiales: 2011 (100), 2012 (100), 2013 (99), 2014 (100), 2015 (100), 2016 (100), 2017 (101).

- Evolución Centros de Tratamiento Automatizado (CTA): 2011 (17), 2012 (17), 2013 (17), 2014 (18), 2015 (18), 2016 (18), 2017 (18).

- Unidades de Reparto: 2014 (1.802), 2015 (1.815), 2016 (1.800) 2017 (1.750).

CORREOS

En los últimos años Correos ha realizado un importante esfuerzo para hacer una transición paulatina hacia un nuevo modelo de negocio cuyo referente sea la sostenibilidad empresarial a largo plazo y la orientación al cliente.

Esto requiere:

- Importantes inversiones en equipamiento, tecnología e innovación.
- Transformación de la cultura corporativa y la estructura empresarial.
- Agilidad para desarrollar nuevas líneas de negocio que respondan a las cambiantes demandas de los clientes.
- Adaptación de los recursos materiales y humanos, primando la flexibilidad, la eficiencia y la calidad.

En los últimos dos ejercicios Correos ha logrado aumentar la cifra de negocio, gracias a las medidas de diversificación implementadas, aunque la velocidad con la que ha ido adaptando su modelo de negocio no ha sido plenamente satisfactoria.

La estrategia que el Grupo Correos desarrollará en los próximos años aborda la dualidad social y económica, con líneas de actuación cuya finalidad esencial es generar al mismo tiempo valor para el accionista, los clientes, los empleados y la sociedad en su conjunto.

Análisis de Memoria 2017 y objetivos y línea estratégica para 2018:

A) Preservación del negocio postal.

1.- Objetivos:

- Adaptar y ampliar la propuesta de valor a los clientes de servicios postales mediante soluciones integrales, multicanal y fiables.
- Optimizar los procesos y las redes de admisión, transporte y distribución para seguir impulsando la eficiencia.

2.- Lo conseguido en 2017:

- Transformación en 280 oficinas al nuevo modelo Tu Correos, orientado a mejorar la experiencia del cliente.
- Mejora de la información de seguimiento de los envíos nacionales e internacionales y de los procesos de tramitación aduanera.
- Ampliación de portfolio de servicios disponibles en la plataforma multicanal.

3.- Propuesta de la Memoria para 2018:

- Adecuar los recursos y operativa vinculados al Servicio Postal Universal a las condiciones fijadas en el Plan de Prestación, pendiente de aprobar por el Gobierno.
- Mantener los niveles de actividad y facturación del negocio postal.

B) Diversificación.

1.- Objetivos:

- Liderar el mercado de paquetería español mediante la oferta de servicios más competitivos.
- Maximizar ingresos provenientes de la prestación de nuevos servicios financieros.

2.- Lo conseguido en 2017:

- Ser el grupo de paquetería preferente para el sector del comercio electrónico.
- Mejorar la admisión y tratamiento automatizado de paquetería con nuevos equipamientos tecnológicos y la implantación de un nuevo modelo de distribución.
- Facilitar la entrega de paquetería con una red de terminales CityPaq en diversas ubicaciones públicas en todo el territorio.

3.- Propuesta de la Memoria para 2018:

- Adaptar la oferta a las nuevas demandas de digitalización de los clientes y ampliar la red de terminales CityPaq.

C) Transformación interna

1.- Objetivos:

- Adaptar la estructura organizativa a la diversificación del negocio.
- Continuar fomentando la eficiencia en costes, con la ayuda de la tecnología más avanzada y la mejora de procesos.
- Reforzar la transformación digital de la empresa y de sus profesionales.

2.- Lo conseguido en 2017:

- Incrementar la orientación a los nuevos negocios a través de una formación especializada.
- Potenciar la transformación tecnológica de nuestros profesionales con novedosas herramientas digitales.
- Fomentar el talento, aplicando el desarrollo de nuevas actividades.

3.- Propuesta de la Memoria para 2018:

- Potenciar el respeto a la diversidad y fomentar la inclusión en la plantilla, como reflejo de la sociedad a la que servimos.
- Adecuar la plantilla en número de efectivos y perfiles profesionales a las crecientes necesidades de negocio.

D) Flexibilización del modelo empresarial:

1.- Objetivos:

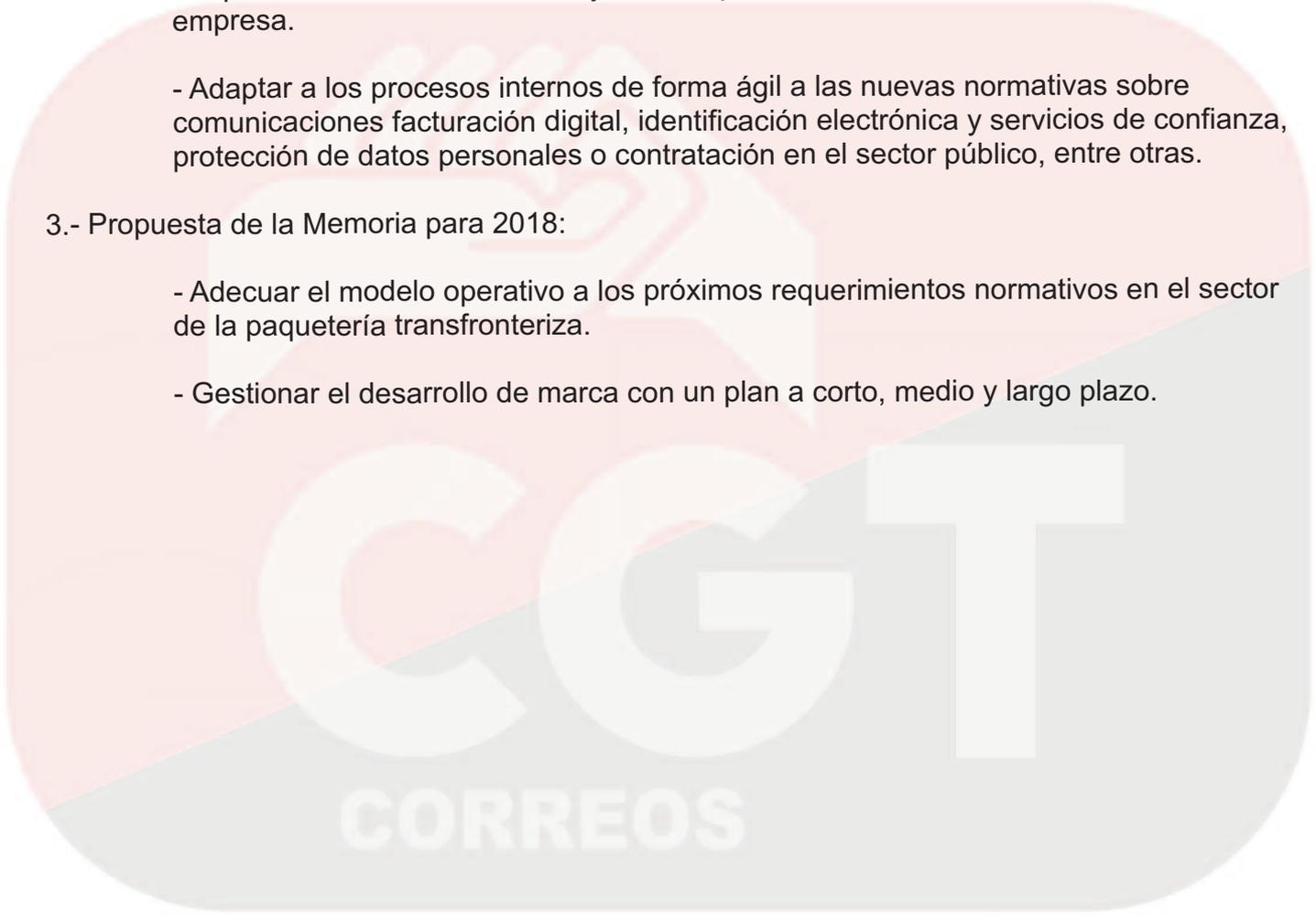
- Alcanzar mayor agilidad en la decisión estratégica y en la puesta a disposición del mercado de nuestros servicios.
- Promover una gestión sostenible y orientada a largo plazo.
- Gestionar la marca como activo intangible.

2.- Lo conseguido en 2017:

- Impulsar la innovación interna y externa y extenderla a todos los ámbitos de la empresa.
- Adaptar a los procesos internos de forma ágil a las nuevas normativas sobre comunicaciones facturación digital, identificación electrónica y servicios de confianza, protección de datos personales o contratación en el sector público, entre otras.

3.- Propuesta de la Memoria para 2018:

- Adecuar el modelo operativo a los próximos requerimientos normativos en el sector de la paquetería transfronteriza.
- Gestionar el desarrollo de marca con un plan a corto, medio y largo plazo.



CCGT
CORREOS

10. 15 Líneas estratégicas de Correos 2019

Las principales líneas de estrategia se centran en el crecimiento a nivel internacional, la firma del contrato regulador del Plan de Prestación de Servicios Postales que permita una financiación suficiente para el SPU, ser a nivel nacional la red más eficiente de paquetería (cubrir cualquier envío en la Península en menos de 24 horas) y el Plan de Acción de Mejora en la Contratación.

Otro de los proyectos es el “Proyecto Rampa”, un centro logístico para mejorar la eficiencia en la gestión de mercancías y paquetería en el aeropuerto de Madrid-Barajas. Las obras ya han comenzado y debería estar en funcionamiento a finales de 2020.

Todos estos proyectos se plantean con el objetivo de la rentabilidad económica de Correos. La facturación en 2018 fue de 1784 millones de euros y se prevé un aumento del 10% en este año hasta los 1966 millones de euros.

Expansión Internacional en Correos

A mediados de 2017, en el marco del plan estratégico 2017/2021, Correos inició su internacionalización con la apertura de 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.

La expansión internacional constituye en estos momentos uno de los principales ejes del plan estratégico 2017/2021. 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.

Alianza con Alibaba

A mediados de marzo Correos ha renovado su alianza estratégica con Alibaba durante 3 años más. El nuevo acuerdo tiene dos objetivos claros: reforzar el papel de Correos como socio logístico de referencia del gigante chino e implementar nuevas medidas para reducir los tiempos de entrega de los productos que vengan de China.

Correos se encargará del reparto a nivel internacional de todos los productos que se compren a su nueva plataforma **AliExpress Plaza**, pagina creada para productos españoles y clientes locales. Este acuerdo pretende impulsar las exportaciones de las pequeñas y mediana empresa a todo el mundo. Además del reparto en España si hay pedidos desde Europa o América Latina, Correos se encargará de que el producto llegue a su destino final.

El acuerdo firmado con las filiales AliExpress y Cainiao Network, el brazo logístico del gigante chino, también contempla medidas para acortar los plazos de reparto de los productos asiáticos. En

concreto el diseño de soluciones integrales para la gestión de la paquetería con origen en China (clasificación de los envíos, despachos de aduana, transporte y última milla), así como el desarrollo de operativas logísticas que permitan acortar tanto los tiempos de entrega tanto en el tráfico de importación como exportación.

Financiación de SPU suficiente y estable

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. En 2018 solo ha recibido 120 millones de euros por la prestación de SPU (que representa el 6,7 % del total de facturación), una cifra 60 millones menos de la que estaba prevista.

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.

Red de paquetería más eficiente en la Península

El objetivo es ofrecer un mejor servicio a nivel peninsular con la red de paquetería más eficiente: cualquier envío en la Península en menos de 24 horas.

Expansión internacional en Portugal

El primer movimiento de Correos hacia la internacionalización lo marca la compra de una empresa en el país vecino. Un hito histórico que también consolida su posicionamiento en la paquetería e-commerce.

Correos Express Portugal es la nueva filial del Grupo Correos, que nace gracias a la adquisición (a través de Correos Express) del 51% de las acciones de Rangel Expresso, una de las empresas del Grupo Rangel especializado en paquetería.

El Grupo Rangel se dedica sobre todo a actividades de servicios aduaneros, logísticos y de entregas urgentes.

De esta manera se consigue lanzar una oferta unificada de paquetería urgente para el mercado ibérico, creando una red que permitirá realizar envíos en 24 horas a cualquier parte de la Península Ibérica.

La firma del contrato se hizo el 30 de abril de 2019, Correos Express se integra dentro de Correos Express como filial en el país luso y aportando todos sus recursos a la red de delegaciones propias de nuestra filial española. Su plantilla es de unos 160 trabajadores con 12 instalaciones que se suman a las 55 de Correos Express.

Así, se desplegará una red única comercial y se desarrollarán las operaciones, indistintamente, en España y en Portugal para los clientes de ambos países y para terceros.

Está previsto que la nueva filial desarrolle en los próximos cinco años una actividad cercana a los 35 millones de envíos, tanto origen como destino España, con un crecimiento de 2,5 las ventas (unos 60 millones de euros). Para ello Correos Express Portugal ha definido un plan de automatización del 100% de las plataformas con sistemas inteligentes y máquinas de clasificación de mercancías, igual que Correos Express.

El Grupo Correos se prepara para dar servicio a la eclosión de e-commerce en Portugal, actualmente las entregas a particulares supone un 15% frente al 85% que registra la entrega en empresas.

Acuerdo de colaboración entre Correos y Amazon

En marzo de 2019 Correos y Amazon firmaron un acuerdo de tres años con el objetivo de que los clientes de Amazon en España reciban un servicio de paquetería aún más rápido y fiable. Para Correos este acuerdo confirma el avance en el objetivo de ser el operador logístico de referencia del sector del comercio online en España.

Para optimizar los envíos generados en Amazon, Correos mejorará su procedimiento logístico y tecnológico, y sus sistemas de información. Por una parte Correos prevé contar con información anticipada de los envíos que le encargue Amazon y los destinos a los que se dirigen, para distribuirlos de mejor manera entre los distintos centros logísticos con el fin último de agilizar su gestión y entrega. Correos asegura que mejorará la integración de sistemas tecnológicos y de información para que los clientes puedan hacer el seguimiento de sus envíos.

El nuevo acuerdo de Amazon se registra después de que en 2015 extendieran su alianza inicial de forma que la red de 2400 oficinas postales que Correos tiene repartidas por todo el país pasaran a ser punto de recogida de las compras online de esta plataforma. Correos hace entrega de estos paquetes, además de a domicilio, en CityPaq, los 5000 casilleros automáticos que tiene distribuidos en sedes de empresas, comunidades de vecinos y distintos puntos de gran tránsito de ciudadanos como son estaciones o aparcamientos.

En paralelo, a través de su división Comandía, Correos ofrece a pequeñas empresas vender sus productos a través de Amazon y otros market places con los que el operador tiene acuerdos, apostando con ello por el comercio online.

Plan de Acción de Mejora en la Contratación

Este Plan supone otro paso en la transformación digital de Correos y con la implantación del Portal de Compras, facilita las gestiones de cualquiera que intervenga en las contrataciones desde las distintas áreas de actividad.

Desde el 1 de febrero se realizan las contrataciones con proveedores unidamente por vía electrónica, esto va a impactar en cuatro importantes objetivos:

- Eficacia operativa y reorientación al cliente interno.
- Mejora de la calidad de la contratación.
- Reducción y contención de los gastos.
- Profesionalización de la contratación.

https://portaldeprocesos.correos.es/ADONISP5_3/auth.view#reader=Reader

Este portal es como una “ventanilla única” accesible para toda la casa donde los gestores podrán encontrar toda la documentación y utilidades necesarias para llevar a cabo sus contratos:

- Pliegos Tipo y otros modelos de documentos, como las “memorias”.
- Normativa de aplicación.
- Guía de procedimiento interno de contratación.
- Flujograma con todos los pasos a seguir.
- Calculadoras de contratos.
- Sección de preguntas frecuentes (FAQ).

Desde el 29 de abril se está impartiendo la formación encaminada a reforzar la implantación de este Plan y a facilitar las gestiones de quienes intervienen en las contrataciones tanto en la sede central como en las zonas.