



Tema 1

Correos: marco normativo postal y naturaleza jurídica. Organismos reguladores nacionales e internacionales. Organizaciones postales internacionales en las que participa o tienen vinculación con Correos. Organización del Grupo Correos. Correos y su adaptación a los cambios

Contenido

1.1. Introducción

- 1.1.1. Historia del servicio postal
- 1.1.2. Servicio postal universal (SPU) y Correos como prestador del servicio postal universal
- 1.1.3. Liberalización del sector postal (SP)

1.2. Marco normativo postal y naturaleza jurídica de Correos

- 1.2.1. Naturaleza jurídica de Correos
- 1.2.2. Marco normativo de Correos
- 1.2.3. Marco normativo postal. Garantías y derechos de los usuarios del operador postal universal
- 1.2.4. Marco normativo internacional

1.3. Organismos reguladores

- 1.3.1. Organismos reguladores nacionales
- 1.3.2. Organismos reguladores internacionales

1.4. Organizaciones Postales Internacionales

- 1.4.1. Instituciones
- 1.4.2. Empresas, alianzas de negocio y redes internacionales

1.5. Organización y estrategia

- 1.5.1. Grupo Correos
- 1.5.2. Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. (Correos)
- 1.5.3. Correos Express Paquetería Urgente, S.A., S.M.E.
- 1.5.4. Nexea Gestión documental, S.A., S.M.E.
- 1.5.5. Correos Telecom, S.A., S.M.E.
- 1.5.6. Correos Express Portugal, S.A.

1.6. Correos y su adaptación a los cambios

- 1.6.1. Evolución del mercado postal en España
- 1.6.2. Evolución del mercado de la paquetería en España
- 1.6.3. Líneas estratégicas de actuación y diversificación

1.1. Introducción

1.1.1. Historia del servicio postal

A lo largo de la historia, las sociedades han establecido conexiones entre sus miembros a través del comercio y la comunicación, lo que les ha permitido explorar otras culturas y prosperar. Desde el nacimiento de la humanidad, las personas han necesitado establecer relaciones con sus iguales. A medida que evoluciona la organización social, la comunicación se hizo cada vez más necesaria entre un gran número de personas que se encontraban más distantes entre sí. Luego, con el advenimiento de la escritura, surgió la necesidad de llevar estos mensajes a través de grandes distancias.

El primer **servicio de correos** organizado que se documenta se remonta al Antiguo Egipto. Los faraones, hacia el año 2400 a.C., utilizaban mensajeros de a pie para hacer llegar sus decretos a todo el territorio de su extenso imperio. Sin embargo, la pieza postal más antigua que ha llegado hasta nuestros días data del 255 a.C. También se ha documentado la existencia de sistemas de correos en la antigua Persia, China, India y Roma.

En 1653, el francés **De Valayer** organizó el sistema postal de París con los primeros buzones de correo, que se popularizaron alrededor del mundo y aún continúan siendo utilizados.

En 1874 se estableció la **Unión Postal Universal**, compuesta por 192 países miembros, con el objetivo de establecer las reglas de intercambio internacional de correspondencia.

El sello adhesivo o «estampilla» fue inventado por **Rowland Hill**, un maestro de escuela británico, en 1837. Pocos años después, en 1840, Inglaterra emitió el primer sistema de sellos postales.

En **España**, además de la organización política y territorial, la lengua y las infraestructuras, los romanos dejaron su organización postal basada en una gran red vial.

Los **romanos** introdujeron el primer sistema de correo, denominado *cursus publicus*. El servicio postal era realizado por mensajeros que recorrían la extensa red de vías de toda Hispania.

En la **Edad Media**, al dividirse España en numerosos reinos, cada uno de ellos organizó su propio sistema de correo. El servicio postal español evolucionó con la unificación de los reinos durante el reinado de los Reyes Católicos, y se expandió con el descubrimiento de América y con la ampliación de los dominios españoles en Europa durante el reinado de Carlos I.

En la **Edad Moderna**, durante el reinado de los Austrias, la administración del servicio postal fue delegada a particulares, a la vez que adquirió una estructura más homogénea. A partir de 1505, el rey Felipe I de Castilla encargó la organización del correo oficial a **Francisco de Tassis**, con carácter monopólico, sobre la base del modelo que había desarrollado en Alemania.

Glosario

Unión Postal

Universal: Es el organismo especializado de las Naciones Unidas para los servicios postales internacionales. La UPU desempeña una función fundamental en promover y desarrollar la comunicación entre todos los Estados a través de la mejora de los servicios postales.



En el **siglo XVIII**, Felipe V de España estableció el correo con el carácter de **servicio público** y lo extendió a todos los ciudadanos.

En el primer sello español, de 1850, figura la imagen de la reina Isabel II de España. Ese año la cantidad de envíos postales en España fue de 18.500.000.

El **Cuerpo de Correos de España** se creó en 1889, por Real Decreto de 12 de marzo de ese año.

En **1992**, Correos dejó de ser una dirección general y se transformó en un organismo autónomo de carácter comercial y luego, en **1997**, en una entidad pública empresarial. La Sociedad Anónima Estatal Correos y Telégrafos se constituyó el 29 de junio de 2001, dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 58 de la Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de Medidas fiscales, administrativas y del orden social. Así empezó a operar con un nuevo régimen jurídico de gestión, el de sociedad anónima estatal. 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», 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).

Glosario

Servicio certificado:

Comporta una garantía fija contra los riesgos de pérdida, robo o deterioro, que facilita al remitente, en su caso y a petición de este, una prueba de depósito del envío postal o de su entrega al destinatario, previo pago de una cantidad predeterminada.

1.1.2. Servicio postal universal (SPU) y Correos como prestador del servicio postal universal

El servicio postal universal (SPU) es el conjunto de servicios de correo que el Estado garantiza en todo el territorio nacional y con un precio asequible para todos los usuarios.

El operador designado por el Estado español, en 2011, para prestar el servicio postal universal por un periodo de quince años (hasta el 1 de enero de 2026), es la «Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E.». Los servicios incluidos dentro del servicio postal universal se detallan en la Ley 43/2010, de 30 de diciembre.

El servicio postal universal comprende las actividades de **recogida, admisión, clasificación, transporte, distribución y entrega** de envíos postales, tanto nacionales como internacionales, de dos tipos:

1. Cartas y tarjetas postales con comunicaciones escritas en cualquier tipo de soporte, de hasta 2 kg.
2. Paquetes postales, con o sin valor comercial, de hasta 20 kg.

Estos dos tipos de envíos incluyen los servicios de **certificado** y de **valor declarado**.

El régimen de servicio postal universal también se aplica a envíos especiales (libros, catálogos, publicaciones periódicas y otros envíos cuya circulación no esté prohibida).

Los envíos mediante régimen de valor declarado serán asegurados por el operador en un valor de entre 15 y 3.000 euros, a elección del usuario.

Glosario

Valor declarado:

Garantía adicional para envíos certificados y paquetería, por la que se puede asegurar el valor de la mercancía hasta en valor de 6.000 €.

Los envíos postales realizados según el régimen del servicio postal universal deberán cumplir las condiciones de identificación, embalaje y dirección de envío del destinatario y del remitente establecidas reglamentariamente. Sus dimensiones máximas y mínimas deberán ajustarse a los criterios fijados por la **Unión Postal Universal**.

Algunos servicios quedan excluidos del servicio postal universal. Así, los envíos realizados mediante el sistema de **autoprestación** y los envíos **sin dirección postal del destinatario** están excluidos del régimen de servicio postal universal.

El **plan de prestación del servicio postal universal**, propuesto por el ministro de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, fue aprobado el 1 de junio de 2021 por el Consejo de Ministros. Su objetivo es precisar las condiciones que deberá cumplir el operador del servicio postal universal establecidas en la **Ley 43/2010**, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal.

Dicho plan incluye: las condiciones de prestación del servicio postal universal, en especial en las zonas de muy baja densidad de población; un procedimiento de evaluación del coste del servicio y su forma de financiación; y los criterios para determinar la contribución del Estado. Este plan asegura la estabilidad financiera del servicio postal universal, que es particularmente importante para la articulación del territorio, especialmente en áreas con declive demográfico.

En líneas generales, el contenido del plan de prestación del servicio postal universal es el siguiente:

1. **Condiciones de operación del servicio:** extensión mínima de la red postal, modalidades de recogida y entrega de los envíos, y sistema de información y tratamiento de las consultas y quejas de los usuarios.
2. Sistema de **control y seguimiento de envíos**, y penalizaciones por incumplimiento de los objetivos de calidad.
3. Procedimiento de **evaluación del coste** del servicio, basado en la metodología de la directiva postal europea y la comunicación de la Comisión relativa al marco de la Unión Europea sobre ayudas estatales.
4. **Criterios de financiación**, a través del fondo de financiación del servicio postal universal, con la finalidad de gestionar la financiación necesaria para compensar la carga financiera injusta que padece el encargado de prestarlo, esto es, Correos.

El Plan aporta **beneficios** a todo el sector postal español:

1. Garantiza la estabilidad en la financiación del servicio postal universal para proveer un servicio de calidad en todo el territorio nacional, especialmente en zonas rurales.
2. Ofrece a los usuarios mayor seguridad jurídica al prever situaciones que carecían de regulación.
3. Da transparencia al sector postal al controlar que la financiación estatal se aplique al servicio postal universal, sin subvenciones cruzadas ni sobrecompensación.

Glosario

Autoprestación:

Envío efectuado directamente por su remitente o mediante un tercero. El tercero que presta el servicio postal para el remitente deberá realizar el proceso postal completo (recoger, admitir, clasificar, transportar, distribuir y entregar los envíos).

Glosario

Servicio postal universal:

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.



La «Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E», conocida comúnmente como «Correos», es el operador designado por el Estado para prestar el servicio postal universal por el término de quince años a partir de la entrada en vigor de la Ley 43/2010, que establece que las prestaciones incluidas en dicho servicio quedarán sometidas a obligaciones de servicio público. Una vez cumplido el periodo de quince años de Correos como operador designado, se podrá elegir a otras empresas como proveedores del servicio universal para cubrir el territorio nacional.

Asimismo, se podrá adjudicar a diferentes empresas la prestación de diversos elementos del servicio universal o la cobertura de distintas partes del territorio nacional.

Para la prestación del servicio postal universal, los Ministerios de Economía y Hacienda y Transportes, Movilidad y Agenda Urbana y el operador designado celebrarán un **contrato**, cada cinco años, en el que se detallarán los derechos y obligaciones de las partes y las medidas que garanticen la mejora permanente de la calidad, la eficacia y eficiencia del servicio, las consecuencias de su incumplimiento, la transparencia, y los mecanismos de control y seguimiento.

En resumen, Correos:

1. Queda sometido a obligaciones de servicio público en las prestaciones del servicio postal universal.
2. Tiene derecho exclusivo a usar el término «España» y la denominación «Correos».
3. Es el único operador con facultades para recibir solicitudes de los usuarios a las administraciones públicas y distribuir notificaciones de órganos administrativos y judiciales.
4. Tiene un contrato de cinco años con el Estado, donde se regulan los detalles de la prestación: extensión, densidad de la red, financiación, eficiencia, etcétera.

La prestación de los servicios postales universales, así como las relaciones del usuario con los operadores designados, se regirán por los siguientes **principios**:

1. **Equidad:** el tratamiento y las prestaciones deben ser idénticas para usuarios en condiciones similares.
2. **No discriminación:** no hacer diferencias basadas en consideraciones políticas, religiosas, raciales, sexuales, culturales, ideológicas o de discapacidad.
3. **Continuidad:** no interrumpir ni suspender el servicio, excepto en casos de fuerza mayor, con comunicación a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC).

La **transparencia, no discriminación y proporcionalidad** son principios fundamentales para la adjudicación del servicio universal y así garantizar la continuidad del servicio postal, fundamental para la cohesión social y territorial.

El operador designado quedará exento de los tributos que graven su actividad vinculada al servicio postal universal, excepto el impuesto sobre sociedades.

En cuanto a las **obligaciones de Correos en el ámbito de la recogida y admisión de envíos postales**, podemos enumerar las siguientes:

1. Realizar, al menos, una recogida en los puntos de acceso a la red postal los días laborables, de lunes a viernes, incluso en zonas con escasa densidad poblacional y en zonas rurales.
2. Garantizar una cobertura adecuada al ámbito territorial adjudicado; asegurar la densidad de puntos de acceso a los servicios postales establecida en el plan de prestación y su accesibilidad para las personas con discapacidades o con movilidad reducida.
3. Admitir sin excepciones los envíos cuando cumplan con los requisitos reglamentarios y se pague el precio.

En el ámbito de la distribución y entrega de los envíos postales, las obligaciones de Correos son:

1. Entregar el envío en la dirección postal que figure en su cubierta.
2. Intentar la entrega de los envíos postales sin dirección completa, pero que pueda ser identificada.
3. Entregar los envíos todos los días laborables, de lunes a viernes, excepto en caso de condiciones geográficas especiales. En particular, se realizará una entrega en instalaciones apropiadas distintas al domicilio postal, con autorización de la CNMC, cuando concurren las condiciones fijadas por la normativa. Para esto, un reglamento definirá las zonas de muy baja densidad de población, entre las que no se incluirán las zonas rurales.
4. Los envíos a un domicilio postal serán depositados en casilleros especiales, con las condiciones previstas reglamentariamente (forma de reserva de casillero, devoluciones, etcétera). Las entregas podrán ser: al destinatario o a la persona que este autorice (cualquier persona que se encuentre en el domicilio del destinatario, demuestre su identidad y se haga cargo del envío, salvo oposición escrita del destinatario); mediante depósito en los casilleros postales; o en los buzones domiciliarios.

El operador garantizará la distribución y entrega de los envíos postales incluidos en el servicio postal universal a todos los destinatarios, con una cobertura adecuada en todo el territorio nacional.

Los escritos que los usuarios dirijan a los órganos de las administraciones públicas se entregarán conforme a lo previsto por la normativa, y el operador dejará constancia de que el destinatario los recibió o que se negó a hacerlo.

La forma general de distribución y entrega de los envíos postales se podrá modificar en los siguientes casos:

1. Se podrá realizar en instalaciones apropiadas distintas al domicilio postal del destinatario con autorización de la CNMC y en las condiciones fijadas por la normativa, excepto que se trate de envíos postales certificados.

Glosario

Persona autorizada:

Cualquier persona que se encuentre en el domicilio del destinatario, que demuestre su identidad y se haga cargo del envío, salvo oposición escrita del destinatario.





2. Se podrá modificar la frecuencia de distribución y entrega cuando condiciones geográficas especiales lo requieran (situaciones climatológicas extremas, cortes en las vías de comunicación, peligro para la seguridad de los empleados, etcétera).

También se considerará que existen condiciones geográficas especiales en las zonas de muy baja densidad de población (urbanizaciones que cuentan con viviendas de construcción horizontal cuya población censada sea inferior en un 15% a la cantidad de viviendas del núcleo residencial). Los envíos certificados no tendrán excepciones a la frecuencia de entrega. Las situaciones excepcionales deberán comunicarse a la CNMC para que las autorice y establezca condiciones específicas de entrega. Las zonas rurales no serán motivo para autorizar una modificación de la frecuencia general de distribución y entrega.

Por otro lado, el **Gobierno** también podrá imponer al operador designado **obligaciones adicionales** de servicio público por razones de interés general, mejora de la calidad educativa, protección civil, normal desarrollo de procesos electorales, seguridad pública o defensa nacional. Dichas obligaciones deben ser compensadas por el Gobierno.

Como prestador del servicio postal universal, Correos tiene el deber de cumplir con determinadas obligaciones financieras. El operador designado deberá llevar una contabilidad analítica para conocer el coste de la prestación de los diferentes servicios. Llevará sistemas de contabilidad interna basados en principios contables coherentemente aplicados y objetivamente justificables, con cuentas separadas para diferenciar cada uno de los servicios y productos del servicio postal universal y los que no forman parte de él.

1.1.3. Liberalización del sector postal (SP)

Históricamente, el sector postal ha sido un monopolio de los Estados. En el caso de la Unión Europea, la liberalización comenzó en **1992**, con la elaboración del «Libro Verde sobre el desarrollo del mercado único de los servicios postales». En España, se alcanzó la libre competencia del mercado en **2011**.

La evolución normativa de la liberalización del sector postal ha sido clave para su liberalización. Entre las más importantes, encontramos:

1. **Directiva 97/67/CE**, de 15 de diciembre de 1997, adoptada en España por la **Ley 24/1998**, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales (actualmente derogada). Puso en marcha el proceso de liberalización, para lo cual estableció la necesidad de prestación de un **servicio postal universal** en cada uno de los Estados miembros de la Unión Europea, dividido entre productos reservados y no reservados. Creó la figura de la «autoridad nacional de reglamentación», lo que en España dio lugar a la creación de la Comisión Nacional del Sector Postal (CNSP) en 2007, actualmente reemplazada por la **CNMC**. La Ley 24/1998 concedió a la Sociedad Estatal de Correos y Telégrafos (Correos) el monopolio de la prestación de los productos reservados del servicio postal universal.

Glosario

CNMC: Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

2. **Real Decreto 81/1999**, de 22 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo del Título II de la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales (actualmente derogada), en lo relativo a las autorizaciones para prestación de servicios y al Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales. Reguló por primera vez el sistema de autorizaciones administrativas y el registro general de empresas prestadoras de servicios postales.
3. **Directiva 2002/39/CE**, de 10 de junio de 2002. Con ella se refuerza el proceso de liberalización con la fijación de un calendario hasta 2009 para la apertura gradual del mercado postal hasta su plena liberalización y la reducción del número de servicios reservados al operador designado. También se refuerzan las competencias de las autoridades nacionales de reglamentación.
4. **Real Decreto 1298/2006**, de 10 de noviembre, por el que se regula el acceso a la red postal pública y se determina el procedimiento de resolución de conflictos entre operadores postales. Regula el acceso de los operadores de servicios incluidos en el servicio postal universal a la red postal pública y establece el procedimiento para resolver las controversias entre dichos operadores y el proveedor del servicio postal universal sobre derechos exclusivos, garantías ofrecidas a los usuarios y acceso a la red postal pública.
5. **Directiva 2008/6/CE**, de 20 de febrero de 2008. Implica el fin del monopolio postal público y la liberalización del mercado postal. En España, la transposición de esta Directiva se realizó mediante la **Ley 43/2010**, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios, y del mercado postal (Ley Postal), que elimina el área reservada y abre a la competencia todos los servicios postales. Designa a Correos como prestador del servicio postal universal durante quince años y garantiza su sostenibilidad financiera mediante un fondo.
6. **Ley 3/2013**, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. Creó esta Comisión, cuyo fin es velar por un correcto funcionamiento de los mercados y la libre competencia para beneficio de consumidores y usuarios.

1.2. Marco normativo postal y naturaleza jurídica de Correos

1.2.1. Naturaleza jurídica de Correos

La Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. (Correos) es una sociedad mercantil constituida el **29 de junio de 2001**, dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo **58 de la Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de Medidas fiscales, administrativas y del orden social**. Tiene naturaleza de sociedad estatal, cuya personalidad jurídica se recoge por primera vez en el citado artículo **58 de la Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de Medidas fiscales, administrativas y del orden social**.



A su vez, Correos es una sociedad que forma parte del sector público empresarial, conforme al artículo 3 de la **Ley 47/2003**, de 26 de noviembre, General Presupuestaria; el artículo 166 de la **Ley 33/2003**, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas, y los artículos 3 y 113 de la **Ley 40/2015**, de 1 de octubre, de régimen jurídico del sector público.

Por acuerdo del Consejo de Ministros de 16 de marzo de 2012, se aprobó el **Plan de reestructuración y racionalización del sector público empresarial y fundacional estatal**, que estableció, entre otras medidas, el cambio de titularidad de Correos. La totalidad de sus acciones pasaron a manos de la **Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI)**, instrumento estratégico del Gobierno para orientar las políticas relacionadas con el sector público empresarial en beneficio del interés general.

Correos es accionista única de tres sociedades:



Correos Express

- Correos Express Paquetería Urgente, S.A., S.M.E., que es, a su vez, accionista mayoritario de Correos Express Portugal.



Correos Nexea

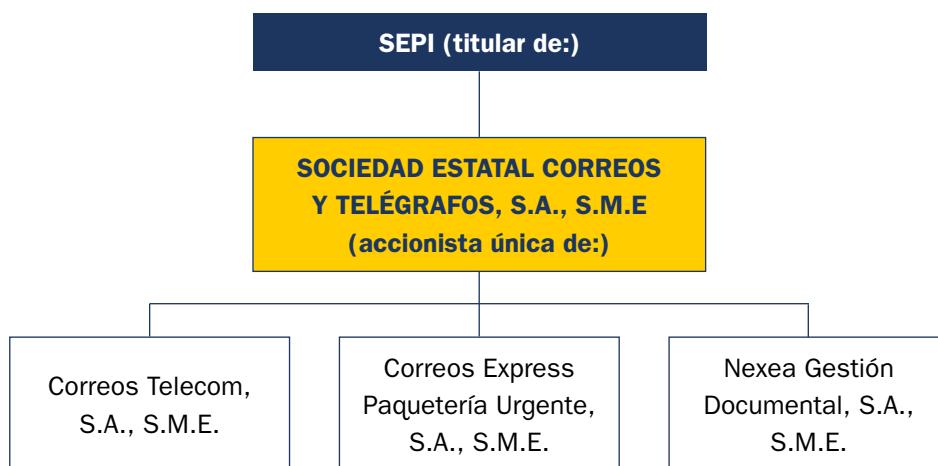
- Nexea Gestión Documental, S.A., S.M.E.
- Correos Telecom, S.A., S.M.E.



Correos Telecom

Asimismo, Correos es titular de acciones de K-Parcel Company Limited (sociedad mercantil con sede en Hong Kong) y KCG eCommerce Solutions, Co. Limited (sociedad con sede en la República Popular China).

Naturaleza jurídica y titularidad de Correos



1.2.2. Marco normativo de Correos

En función de su naturaleza, definida en el apartado anterior, Correos se rige por el **ordenamiento jurídico privado**, excepto cuando le sea aplicable la normativa presupuestaria, contable, de personal, de control financiero o de contratación.

La actividad de Correos, como operador postal, como empresa pública y como sociedad mercantil, se encuentra regulada por distintas normas vigentes a la fecha de publicación de este manual. A continuación se enumeran únicamente las principales.

En España, Correos es el **operador postal designado** por el Estado para la prestación del servicio postal universal, de ahí que en su objeto social se incluyan la **gestión y explotación de los servicios postales**, actividad regulada fundamentalmente por dos normas:

- A) La **Ley Postal** (Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del Servicio Postal Universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal), que está estructurada en siete títulos, diez disposiciones adicionales, una disposición transitoria, una disposición derogatoria y siete disposiciones finales.
 - El **Título I** regula los aspectos generales de los servicios postales.
 - El **Título II** establece los derechos de los usuarios de los servicios postales.
 - El **Título III** reglamenta el servicio postal universal en cuatro capítulos:
 - El Capítulo I define el servicio postal universal y detalla los envíos postales que incluye.
 - El Capítulo II establece los principios de equidad, no discriminación y continuidad como base del servicio postal universal, y fija las condiciones en que este se debe prestar, de conformidad con la normativa correspondiente y el Plan de prestación del servicio postal universal.
 - El Capítulo III impone al operador designado llevar una contabilidad analítica y la separación de cuentas; regula el coste y la financiación de las obligaciones de servicio público del servicio postal universal mediante los conceptos de coste neto y carga financiera injusta; y crea un **fondo de financiación del servicio postal universal** para compensar dicha carga.
 - El Capítulo IV regula los precios y condiciones tarifarias de los servicios postales bajo régimen de obligaciones de servicio público.
 - El **Título IV** recoge diversos aspectos de la ley postal anterior (Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales, actualmente derogada), en tres capítulos:
 - El Capítulo I fija el principio de libre competencia para la prestación de servicios postales.
 - El Capítulo II determina las condiciones para la prestación de servicios no incluidos en el ámbito del servicio postal universal.
 - El Capítulo III regula la autorización administrativa especial para la prestación de servicios postales incluidos en el ámbito del servicio postal universal en condiciones de mercado, sin imposición de obligaciones de servicio público.
 - El **Título V** regula el acceso a la red postal y a otras infraestructuras postales, y establece un procedimiento de resolución de conflictos entre operadores postales.

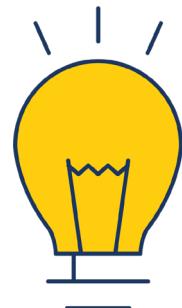
- El **Título VI** se ocupa del marco institucional.
- El **Título VII** regula la inspección, las infracciones y las sanciones en el sector postal.

B) El **Reglamento Postal** (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), que fija las pautas de prestación de los servicios postales, así como los derechos y obligaciones de los operadores postales y las garantías otorgadas a los usuarios de los servicios postales.

Además de la Ley Postal y del Reglamento Postal, normas fundamentales que regulan la actividad de Correos en el mercado postal, el ordenamiento español contiene una serie de disposiciones que concretan algunos de sus aspectos o tratan cuestiones que pueden afectar los servicios postales:

- **Ley 16/1987**, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres.
- **Ley 15/2009**, de 11 de noviembre, del contrato de transporte terrestre de mercancías.
- **Ley 3/2013**, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.
- **Real Decreto 1637/2011**, de 14 de noviembre, por el que se establece la composición, competencias y régimen de funcionamiento de la Comisión Filatélica del Estado y se regulan las emisiones de sellos de correo y otros signos de franqueo.
- **Real Decreto 1188/2011**, de 19 de agosto, por el que se establecen las funciones, composición y funcionamiento del Consejo Superior Postal.
- **Real Decreto 503/2007**, de 20 de abril, por el que se modifica el Real Decreto 1829/1999, de 3 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento 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.
- **Real Decreto 1298/2006**, de 10 de noviembre, por el que se regula el acceso a la red postal pública y se determina el procedimiento de resolución de conflictos entre operadores.
- **Real Decreto 968/2002**, de 20 de septiembre, por el que se adaptan las normas que regulan la Orden Civil del Mérito Postal y la Medalla al Mérito Filatélico a la estructura organizativa del Ministerio de Fomento.
- **Real Decreto 81/1999**, de 22 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de desarrollo del Título II de la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales, en lo relativo a las autorizaciones para la prestación de servicios y al Registro General de Empresas Prestadoras de Servicios Postales.

Como **empresa pública**, Correos está sujeta a un conjunto de normas en materia **presupuestaria, contable, de transparencia, procedural, de personal y de contratación**, algunas más generales y otras más específicas, que se enumeran a continuación:



- La **Ley 47/2003**, de 26 de noviembre, General Presupuestaria establece los límites de control de endeudamiento y orientación a resultados de las sociedades mercantiles estatales en su actividad y la **Ley 22/2021**, de 28 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para 2022 dispone limitaciones a los negocios jurídicos que celebren las entidades públicas, como Correos, durante este ejercicio.
- La **Ley 40/2015**, de 1 de octubre, de Régimen Jurídico del Sector Público aclara la posición de Correos como integrante del sector público, siéndole de aplicación, en particular, las disposiciones relativas a su posición como sociedad estatal.
- La **Ley 33/2003**, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas contiene disposiciones sobre bienes públicos que se extienden a Correos como sociedad integrante del sector público empresarial. En esta norma se determinan las relaciones entre Correos y la Administración General del Estado y las posibilidades que tiene esta de emitir instrucciones y orientaciones sobre el funcionamiento del Grupo Correos.
- La **Ley 39/2015**, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas exige a Correos relacionarse con las Administraciones Públicas por medios electrónicos y determina la forma de realización de las notificaciones administrativas.

En cuanto a las normas específicas que afectan a Correos en las materias mencionadas, encontramos las siguientes:

- La **Ley 19/2013**, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno regula las obligaciones del sector público en materia de transparencia. Correos cumple con esta normativa mediante su **Portal de Transparencia**, donde publica de forma abierta y accesible información de interés público, como contratos, presupuestos, y balances. De igual modo, está sometida al régimen de consultas que puede hacer la ciudadanía sobre el funcionamiento de la compañía.
- La **Ley 29/2005**, de 29 de diciembre, de Publicidad y Comunicación Institucional comprende disposiciones que Correos debe seguir en las **campañas de publicidad institucional**, es decir, no las de tipo comercial, sino aquellas referidas a temas de interés general que deben llegar a todos los ciudadanos (por ejemplo, el voto por correo).
- En **materia de personal**, debido a la naturaleza jurídica singular de Correos y los diferentes regímenes dirigidos a las distintas categorías de su personal (altos cargos, funcionarios y personal laboral), la normativa que afecta a la empresa es extensa, por lo que se menciona la más relevante:
 - **Real Decreto 33/1986**, de 10 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de Régimen Disciplinario de los Funcionarios de la Administración del Estado.
 - **Ley 53/1984**, de 26 de diciembre, de incompatibilidades del personal al servicio de las Administraciones Públicas.
 - **Real Decreto 598/1985**, de 30 de abril, sobre incompatibilidades del personal al servicio de la Administración del Estado, de la Seguridad Social y de los Entes, Organismos y Empresas dependientes.

- **Real Decreto 451/2012**, de 5 de marzo, por el que se regula el régimen retributivo de los máximos responsables y directivos en el sector público empresarial y otras entidades. Recoge el régimen retributivo de los directivos del sector público empresarial, y su desarrollo en la **Orden del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas de 30 de marzo de 2012**.
- **Real Decreto Legislativo 5/2015**, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del **Estatuto Básico del Empleado Público**.
- **Real Decreto Legislativo 2/2015**, de 23 de octubre, por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del **Estatuto de los Trabajadores y los sucesivos Convenios Colectivos**, resultando aplicable actualmente el III Convenio colectivo de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos (BOE 28/06/2011).
- **Ley 15/2022, de 12 de julio**, integral para la igualdad de trato y la no discriminación. Su finalidad es ser el instrumento eficaz de lucha contra todo tipo de discriminación de cualquier tipo de persona, en todos los ámbitos en que se puedan producir. Es una ley general, integral y de garantías, con dos claros objetivos: la prevención y la eliminación de cualquier forma de discriminación.
- **Ley Orgánica 10/2022**, de 6 de septiembre, de garantía integral de la libertad sexual. Su finalidad es la adopción y puesta en práctica de políticas efectivas, globales y coordinadas entre las distintas administraciones públicas competentes, que garanticen la sensibilización, prevención, detección y la sanción de las violencias sexuales, e incluyan todas las medidas de protección integral.
- En **materia de contratación**, las principales disposiciones que rigen a Correos en su carácter de empresa pública son las siguientes:
 - La **Ley 9/2017, de 8 de noviembre**, de Contratos del Sector Público, por la que se transponen al ordenamiento jurídico español las Directivas del Parlamento Europeo y del Consejo 2014/23/UE y 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014. Correos no tiene la condición de poder adjudicador, de acuerdo con las reglamentaciones europeas, con lo que su régimen jurídico es el de otras entidades del sector público sin naturaleza de poder adjudicador, que esencialmente (aunque no solo) se regulan en los artículos 321 y 322 de la LCSP.
 - El **Real Decreto-ley 3/2020, de 4 de febrero**, de medidas urgentes por el que se incorporan al ordenamiento jurídico español diversas directivas de la Unión Europea en el ámbito de la contratación pública en determinados sectores; de seguros privados; de planes y fondos de pensiones; del ámbito tributario y de litigios fiscales. Esta disposición deroga la Ley 31/2007, de 30 de octubre, sobre procedimientos de contratación en los sectores del agua, la energía, los transportes y los servicios postales, en cuya disposición adicional segunda se menciona expresamente a Correos como entidad contratante sujeta a la Ley.
 - Las **Instrucciones internas** de contratación de Correos se encuentran a disposición de los interesados en el sitio web de la empresa (www.correos.com).

Glosario

LCSP: Ley de contratos del Sector Público.

En relación a estas instrucciones hemos de concretar lo siguiente: los contratos públicos que suscriba Correos y que tengan por objeto la prestación de servicios postales en los términos previstos en el artículo 13 del Real Decreto-Ley 3/2020, pero que quedan excluidos del ámbito de aplicación de este por tener un valor estimado inferior a los umbrales fijados por dicha norma, se regirán por lo dispuesto en los artículos 321 y 322 de la **Ley 9/2017, de 8 de Noviembre**, de Contratos del Sector Público, aplicables a los contratos públicos que celebren las entidades del sector público que no tienen el carácter de poderes adjudicadores, como es el caso de Correos. El mencionado artículo 321, en su apartado 1, establece:

«1. Los órganos competentes de estas entidades aprobarán unas instrucciones en las que regulen los procedimientos de contratación de forma que quede garantizada la efectividad de los principios de publicidad, concurrencia, transparencia, confidencialidad, igualdad y no discriminación, así como que los contratos se adjudiquen a quienes presenten la mejor oferta, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 145».

Por ello, la preparación y adjudicación de estos contratos públicos se regirán por lo dispuesto en las **instrucciones internas de contratación de Correos**.

- Las **normas de contratación patrimonial de Correos y sus sociedades**, 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., y Correos Telecom, S.A., S.M.E. Al respecto, el Título VII de la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas, comprende regulaciones sobre bienes públicos de sociedades del sector público empresarial como Correos.
- El **procedimiento específico para la gestión patrimonial** de Correos concreta los principios que rigen la actividad pública (igualdad, concurrencia, transparencia, sostenibilidad de los recursos, eficiencia, control y colaboración entre administraciones) y también está publicado en su sitio web. Se ha de tener en cuenta que los bienes del patrimonio de Correos tienen naturaleza de bienes públicos.

La actividad de Correos, como toda sociedad comercial, tiene como objeto la **obtención de beneficios** y, con las excepciones que provienen de su carácter público, se rige por las disposiciones que alcanzan a todas las **empresas mercantiles**.

En sus **Estatutos Sociales**, Correos reúne las reglas que rigen su funcionamiento interno, como los derechos y obligaciones de los accionistas, las funciones del Consejo de Administración, etcétera.

Por ser **una sociedad anónima**, pero con las limitaciones de su pertenencia al sector público, Correos se rige, fundamentalmente, por las disposiciones del **Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio**, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, recientemente modificada por la **Ley 5/2021, de 12 de abril**.

Además, la actividad de Correos se encuentra regulada por el **Real Decreto de 22 de agosto de 1885** por el que se publica el Código de Comercio, eje central del régimen mercantilista,

y por el **Real Decreto 1784/1996, de 19 de julio**, por el que se aprueba el Reglamento del Registro Mercantil, para la legalización de libros, actas, comunicaciones, etcétera.

Otra normativa que alcanza a Correos, como **empresa prestadora de servicios**, es la que regula la **relación con los consumidores y usuarios** de los servicios postales, la que dispone que debe ofrecer sus servicios y publicitarlos según las pautas de calidad establecidas legalmente a nivel nacional y según las normas específicas que puedan haber dispuesto las comunidades autónomas. Las disposiciones más relevantes en esta materia son:

- **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.
- **Ley 7/2017, de 2 de noviembre**, por la que se incorpora al ordenamiento jurídico español la Directiva 2013/11/UE, del Parlamento Europeo y del Consejo, de 21 de mayo de 2013, relativa a la resolución alternativa de litigios en materia de consumo.
- **Ley 34/1988, de 11 de noviembre**, General de Publicidad.
- **Ley 7/1998, de 13 de abril**, sobre condiciones generales de la contratación.
- **Ley 34/2002, de 11 de julio**, de servicios de la sociedad de la información y de comercio electrónico.

Para desempeñar su actividad, Correos puede crear o diseñar marcas y signos distintivos de sus productos, que están protegidos del robo de ideas, plagios, falsificaciones o copias no autorizadas por las **normas que tutelan la propiedad intelectual**, entre las que se mencionan las más relevantes:

- **Ley 3/1991, de 10 de enero**, de Competencia Desleal.
- **Ley 15/2007, de 3 de julio**, de Defensa de la Competencia.
- **Real Decreto 261/2008, de 22 de febrero**, por el que se aprueba el Reglamento de Defensa de la Competencia.
- **Ley 1/2019, de 20 de febrero**, de Secretos Empresariales.
- **Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril**, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia.
- **Ley 24/2015, de 24 de julio**, de Patentes.

Por otra parte, los **negocios jurídicos específicos** que Correos puede suscribir, como lo hace cualquier **sociedad comercial, se ven alcanzados por disposiciones específicas, por ejemplo:**

- La **Ley 12/1992, de 27 de mayo**, sobre Contrato de Agencia.
- El **Reglamento (UE) n.º 910/2014 relativo a la identificación electrónica y servicios de confianza en el mercado interior (eIDAS)**, que contiene disposiciones sobre firma electrónica para los negocios realizados en el ámbito digital.
- La **Ley 6/2020, de 11 de noviembre**, reguladora de determinados aspectos de los servicios electrónicos de confianza.



En lo que respecta al **correcto tratamiento de datos personales**, Correos debe dar cumplimiento a lo previsto en la **Ley Orgánica 3/2018, de 5 de diciembre**, de protección de datos personales y garantía de los derechos digitales, entre cuyos objetivos está el de adaptar el ordenamiento jurídico español al **Reglamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 27 de abril de 2016**, relativo a la protección de las personas físicas en lo que respecta al tratamiento de datos personales y a la libre circulación de estos datos y por el que se deroga la Directiva 95/46/CE (Reglamento general de protección de datos, RGPD). El incumplimiento de la normativa de protección de datos por parte de Correos puede conllevar sanciones muy elevadas. En España, la autoridad pública de control de ámbito estatal en materia de protección de datos es la **Agencia Española de Protección de Datos (AEPD)**, con potestad para imponer una multa administrativa a los encargados y responsables del tratamiento que incumplan la normativa de protección de datos. Asimismo, existen autoridades autonómicas de protección de datos que pueden ejercer las funciones y potestades recogidas en la normativa de protección de datos sobre los tratamientos de datos personales de los que sean responsables, entre otras, las entidades integrantes del sector público de las Comunidades Autónomas o de las entidades locales incluidas en su ámbito territorial.

A Correos también le puede afectar la normativa referida a la **responsabilidad penal de las personas jurídicas**, introducida por el **artículo 31 bis de Ley Orgánica 10/1995**, de 23 de noviembre, del Código Penal. Para prevenir la posible imputación de conductas delictivas, Correos cuenta con una serie de protocolos, que incluyen los principios éticos en los que la empresa debe basarse al suscribir un negocio jurídico: el **Código General de Conducta**, el **Manual de Prevención de Delitos** y el **Estatuto del Comité de Cumplimiento**.

Estas tres herramientas internas también son importantes para evitar el riesgo de incurrir en las conductas delictivas previstas en la **Ley 10/2010**, de 28 de abril, de prevención del blanqueo de capitales y de la financiación del terrorismo.

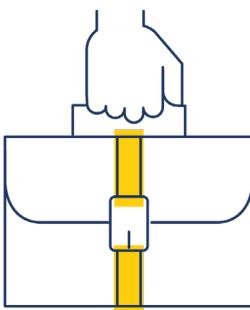
Otros aspectos que están regulados de la actividad de Correos como empresa son las relaciones laborales con sus empleados, la prevención de riesgos laborales, y sus obligaciones fiscales y medioambientales. A continuación, se enumeran las normas más relevantes en estas materias.

Entre las **normas laborales** aplicables a Correos, las más importantes son:

- **Constitución Española**, especialmente en las condiciones de acceso al empleo en Correos, de acuerdo con los principios de publicidad, mérito y capacidad.
- **Resolución de 10 de junio de 2011, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el texto del III Convenio colectivo de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A.** (BOE 28/06/2011), que está actualmente en vigor.
- **Real Decreto Legislativo 2/2015**, de 23 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley del Estatuto de los Trabajadores.
- **Real Decreto-ley 17/1977**, de 4 de marzo, sobre relaciones de trabajo.
- **Ley Orgánica 11/1985**, de 2 de agosto, de Libertad Sindical.
- **Real Decreto 1844/1994**, de 9 de septiembre, por el que se aprueba el Reglamento de elecciones a órganos de representación de los trabajadores en la empresa.
- **Ley 10/2021**, de 9 de julio, de trabajo a distancia.
- **Ley 31/1995**, de 8 de noviembre, de prevención de Riesgos Laborales.
- **Real Decreto Legislativo 8/2015**, de 30 de octubre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General de la Seguridad Social.
- **Real Decreto Legislativo 5/2000**, de 4 de agosto, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley sobre Infracciones y Sanciones en el Orden Social.

La siguiente es la principal **normativa fiscal, tributaria y de facturación** que se aplica a la empresa Correos:

- **Ley 58/2003**, de 17 de diciembre, General Tributaria.
- **Real Decreto 1065/2007**, de 27 de julio, por el que se aprueba el Reglamento General de las actuaciones y los procedimientos de gestión e inspección tributaria y de desarrollo de las normas comunes de los procedimientos de aplicación de los tributos.
- **Ley 49/2002**, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.
- **Real Decreto Legislativo 1/1993**, de 24 de septiembre, por el que se aprueba el Texto refundido de la Ley del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
- **Real Decreto 828/1995**, de 29 de mayo, por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.
- **Ley 37/1992**, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido.



- **Real Decreto 1624/1992**, de 29 de diciembre, por el que se aprueba el Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido y se modifican otras normas tributarias.
- **Real Decreto 1619/2012**, de 30 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento por el que se regulan las obligaciones de facturación.
- **Ley 38/1992**, de 28 de diciembre, de Impuestos Especiales.
- **Real Decreto 1165/1995, de 7 de julio**, por el que se aprueba el Reglamento de los Impuestos Especiales.
- **Ley 8/1989**, de 13 de abril, de Tasas y Precios Públicos.
- **Ley 3/2004**, de 29 de diciembre, por la que se establecen medidas de lucha contra la morosidad en las operaciones comerciales.
- **Reglamento (UE) n ° 952/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo**, de 9 de octubre de 2013, por el que se establece el código aduanero de la Unión.
- **Resolución de 11 de julio de 2014, del Departamento de Aduanas e Impuestos Especiales de la Agencia Estatal de Administración Tributaria**, en la que se recogen las instrucciones para la formalización del documento único administrativo (DUA).

Con respecto a las **disposiciones sobre el medio ambiente** que rigen el riesgo de impacto ambiental que pueda generar Correos en su actividad empresarial, le aplica la misma normativa que a cualquier empresa del sector postal y logístico.

Finalmente, de la **normativa aplicable a la resolución de conflictos en sede judicial o arbitral** que rige a Correos, además de cualquier certificación privada o normativa de estandarización como las ISO o UNE a las que la empresa decida someterse voluntariamente, la más relevante es:

- **Ley Orgánica 10/1995**, de 23 de noviembre, del Código Penal.
- **Ley 1/2000**, de 7 de enero, de Enjuiciamiento Civil.
- **Real Decreto** de 14 de septiembre de 1882 por el que se aprueba la Ley de Enjuiciamiento Criminal.
- **Real Decreto** de 24 de julio de 1889 por el que se publica el Código Civil.
- **Ley 60/2003**, de 23 de diciembre, de Arbitraje.
- **Ley 5/2012**, de 6 de julio, de mediación en asuntos civiles y mercantiles.

Por último, es preciso tener en cuenta que cada año la Ley de Presupuestos Generales del Estado introduce preceptos que pueden modificar el régimen de Correos, ya sea de forma específica, ya sea como consecuencia de su naturaleza como sociedad estatal.

1.2.3. Marco normativo postal. Garantías y derechos de los usuarios del operador postal universal

Glosario

Usuario: Toda persona física o jurídica que se beneficia de la prestación de servicios postales, ya sea como remitente o como receptor.

Los operadores postales están obligados a garantizar una serie de derechos a los usuarios que contraten sus servicios. A estos efectos, se considera «usuario» a toda persona física o jurídica que se beneficia de la prestación de servicios postales, ya sea como remitente o como receptor, en concordancia con los términos del 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 el artículo 4 de la Ley 24/1998, de 13 de julio, del Servicio Postal Universal y de Liberalización de los Servicios Postales.

Correos, como prestador y garante del servicio postal universal y por su servicio público, respeta estas normas y vela porque estos derechos sean respetados en todos los aspectos.

Estos derechos se encuentran reconocidos, principalmente, en el Real Decreto 1829/1999, así como en el Título II de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre.

En el artículo 8 de la citada ley se establece que: «*Los usuarios tendrán derecho a la prestación de un servicio postal universal de calidad prestado de forma permanente, en todo el territorio nacional y a precios asequibles. El alcance y la prestación efectiva del servicio postal universal deberán responder a los principios de cohesión social y territorial, no discriminación por razón de cualquier circunstancia o condición personal, social o geográfica, continuidad, eficacia y eficiencia en el servicio, y deberá adecuarse permanentemente a las condiciones técnicas, económicas, sociales y territoriales y a las necesidades de los usuarios, en particular en materia de densidad de puntos de acceso y de accesibilidad a los mismos, sin menoscabo de su calidad*».

En el artículo 5 de la Ley 43/2010 se regula el **secreto de las comunicaciones postales**. Se establece que los operadores que presten servicios postales y sus empleados: «no podrán facilitar ningún dato relativo a la existencia del envío postal, a su clase, a sus circunstancias exte-

riores, a la identidad del remitente y del destinatario ni a sus direcciones, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 6».

Este derecho a la garantía del secreto de las comunicaciones postales viene regulado en dos artículos de la **Constitución Española**. Así, el artículo 18.3 establece que: «Se garantiza el secreto de las comunicaciones y, en especial, de las postales, telegráficas y telefónicas, salvo resolución judicial».

En el apartado 2 del artículo 55 de la Constitución Española se contempla la posibilidad de que, sin necesidad de proceder a la declaración de los estados de excepción o sitio, se suspendan ciertos derechos y libertades: «... pueden ser suspendidos para personas



determinadas, en relación con las investigaciones correspondientes a la actuación de bandas armadas o elementos terroristas».

En el Capítulo III, artículo 57º de la Ley de Enjuiciamiento Criminal, se establece la limitación del derecho al secreto de las comunicaciones postales: «*El juez podrá acordar la detención de la correspondencia privada, postal y telegráfica, incluidos faxes, burofaxes y giros, que el investigado remita o reciba, así como su apertura o examen, si hubiera indicios de obtener por estos medios el descubrimiento o la comprobación del algún hecho o circunstancia relevante para la causa...*».

Otro de los derechos establecidos en la Ley 43/2010, en su artículo 6, es el de la **inviolabilidad de los envíos postales**. Este derecho implica la obligación de proteger y gestionar los envíos postales para evitar que sean abiertos de manera ilegal, sustraídos, dañados o retenidos indebidamente. En las circunstancias en que la ley prevea una excepción (como, por ejemplo, si existen sospechas fundadas de que contienen objetos prohibidos), podrán ser interceptados, siempre que se medie una decisión motivada por parte de la autoridad judicial, sin perjuicio del control legalmente otorgado a determinados funcionarios como parte de sus funciones de inspección para detectar productos prohibidos (sanitarios, aduaneros, prevención de blanqueo de dinero, etc.).

El artículo 7 del Real Decreto 1829/1999 establece que: «*Los envíos postales son inviolables. Será en todo caso violación, su detención arbitraria o contra derecho, su intencionado curso anormal, su apertura, sustracción, destrucción, retención indebida u ocultación y, en general, cualquier acto de infidelidad en su custodia*».

En el artículo 12 del Real Decreto 1829/1999 se establecen determinadas limitaciones a las garantías de los usuarios: «... *los envíos postales solo podrán ser detenidos o interceptados por resolución motivada de la autoridad judicial...*». Pero aclara: «*Los funcionarios de la Secretaría General de Comunicaciones del Ministerio de Fomento y los funcionarios de los servicios aduaneros podrán intervenir los envíos postales para cumplir su específico cometido*».

Esta intervención se limitará al reconocimiento externo de los envíos y/o de la documentación que los acompañe y, en ningún caso, afectará al secreto, la intimidad e inviolabilidad de los mismos. Si de la forma o simple examen exterior del envío postal fuese posible deducir con exactitud la naturaleza de su contenido, no procederá examen alguno.

Se exceptúan de la norma los envíos que no contengan documentos de carácter actual y personal, tales como publicidad directa, libros, catálogos, publicaciones periódicas (los cuales deberán haberse acondicionado para facilitar su apertura y cierre en aras de facilitar la inspección de su contenido, sin necesidad de la extracción del objeto), así como aquellos paquetes que requieran inspección por motivos de seguridad pública u orden público, previa puesta en manifiesto de que no contienen objetos de carácter personal.

Otro de los derechos fundamentales protegido por el artículo 18.4 de la Constitución Española es el denominado por la jurisprudencia constitucional como **derecho fundamental a la protección de datos personales**.



La **Sentencia 292/ 2000 del Tribunal Constitucional** considera el derecho fundamental a la protección de datos personales como un derecho autónomo e independiente del derecho a la intimidad, que consiste en un poder de disposición y de control sobre los datos personales que facilita a la persona para decidir cuáles de estos datos quiere proporcionar a un tercero (sea el Estado o un particular) y qué datos puede ese tercero recoger. Además, ese derecho permite conocer a la persona quién tiene sus datos personales y para qué tiene sus datos personales, pudiendo oponerse a esa posesión o uso.

Asimismo, la **Carta de los derechos fundamentales de la Unión Europea de 18 de diciembre de 2000** reconoce en su artículo 8 como derecho fundamental el derecho a la protección de datos de carácter personal.

Conforme a lo establecido en el **Reglamento Europeo de Protección de Datos (RGPD)** se entenderá por datos personales: «*toda información sobre una persona física identificada o identificable (“el interesado”); se considerará persona física identificable toda persona cuya identidad pueda determinarse, directa o indirectamente, en particular mediante un identificador, como por ejemplo un nombre, un número de identificación, datos de localización, un identificador en línea o uno o varios elementos propios de la identidad física, fisiológica, genética, psíquica, económica, cultural o social de dicha persona*».

Acorde con esta normativa, el artículo 7 de la Ley 43/2010 referido a la protección de datos establece que: «... los operadores que presten servicios postales no podrán facilitar ningún dato relativo a la existencia del envío postal, a su clase, a sus circunstancias exteriores, a la identidad del remitente y del destinatario, ni a sus direcciones....». Y también estipula: «La obligación de protección de los datos incluirá el deber de secreto de los de carácter personal, la confidencialidad de la información transmitida o almacenada y la protección de la intimidad».

Al hilo de lo anterior, el artículo 6 del **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, referido al secreto de los envíos postales y protección de datos, establece que: «*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 éstos, sus representantes legales o apoderados o mediante resolución judicial*».

El derecho a la **prestashopión de un servicio postal universal de calidad** se establece en el artículo 8 de la Ley 43/2010: «*El servicio postal universal se prestará de acuerdo con las reglas que establece el Título III de esta ley. A estos efectos, el Estado garantizará, mediante la designación de un operador y el establecimiento de medios y garantías suficientes, el adecuado cumplimiento de las obligaciones de servicio público del servicio postal universal*».

Los usuarios deben tener derecho a un servicio postal universal **asequible, permanente y de calidad** en todo el país. En su implementación debe cumplir con los principios de cohesión social y territorial, sin discriminación por razón de cualquier condición o circunstancia, social

o geográfica. Deberán garantizarse la continuidad, eficacia y eficiencia de los servicios, y adaptarse a las condiciones técnicas, las condiciones económicas, sociales y geográficas y también a las necesidades de los usuarios, especialmente en términos de densidad y accesibilidad a los puntos de acceso, sin comprometer su calidad.

Los usuarios también tienen **derecho de información sobre los servicios postales**, a información completa, cierta y actualizada sobre el servicio postal, así como sobre las condiciones de acceso, precios, niveles de calidad, plazos de compensación y prestación, y sobre las normas técnicas aplicables. También, sobre el procedimiento para realizar reclamaciones, forma de presentación y su coste.

Este derecho está detallado en el artículo 9 de la Ley 43/2010, que también indica que: «La información a la que se refiere este artículo se publicará en todo caso en el sitio web de la Comisión Nacional del Sector Postal. Asimismo, los operadores podrán publicarla en su propia web o en las oficinas o puntos de atención al usuario. A petición de los usuarios de los servicios, la mencionada información será facilitada, por escrito o a través de cualquier otro medio que reglamentariamente se establezca». Actualmente, dicha información se publica en el sitio web del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, según lo establecido en la Disposición adicional undécima de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Si algo no funcionara en el servicio, los usuarios podrán ejercer su **derecho de reclamación**, estipulado en el artículo 10 de la Ley 43/2010.

Los usuarios de servicios postales deberán tener acceso, de forma visible y detallada, en todas las oficinas o puntos de atención al cliente, a la información vinculada con los trámites para ejercer su derecho a reclamar. Los operadores postales están obligados a atender las quejas y reclamaciones presentadas por los usuarios, entre otros, en casos de: pérdida, robo, destrucción, deterioro o incumplimiento de las normas de prestación del servicio.

Es obligatorio para los operadores postales facilitar la tramitación de las reclamaciones de los usuarios estableciendo procedimientos gratuitos, accesibles y rápidos. Las reclamaciones deberán ser resueltas y notificadas a los interesados en el plazo máximo de un mes desde la fecha de su presentación.

El **Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana** (a través de la **Subdirección General de Régimen Postal de la Secretaría General Técnica**) será el encargado de conocer las controversias entre los usuarios y los operadores de los servicios postales en el ámbito del servicio postal universal, si bien la propia ley concede a los usuarios la opción de someter sus controversias al conocimiento de las Juntas Arbitrales de Consumo, de conformidad con el Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre.

A tal efecto, el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (a través de la Subdirección General de Régimen Postal de la Secretaría General Técnica), siguiendo los principios de celeridad y gratuidad (salvo en aquellos casos excepcionales en los que se puedan



repercutir sobre el reclamante determinados gastos ocasionados en el procedimiento cuando se aprecie mala fe o temeridad en la presentación de la reclamación), deberá resolver la reclamación presentada en el plazo máximo de tres meses desde su presentación, cabiendo contra dicha resolución recurso contencioso-administrativo.

Si existiera incumplimiento de las obligaciones de los operadores postales, el usuario podrá ejercer su **derecho de denuncia**, según lo establecido en el artículo 11 de la Ley 43/2010. La denuncia será ante el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana (a través de la Subdirección General de Régimen Postal de la Secretaría General Técnica), por: «*El incumplimiento de las obligaciones de los operadores postales a que se refieren los artículos 9 y 10 de la presente ley podrá ser denunciado por los usuarios interesados ante la Comisión Nacional del Sector Postal a los efectos previstos en el Título VII de esta ley*», en coordinación con lo dispuesto en la Disposición adicional undécima de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

En caso de pérdida, robo, destrucción o deterioro de los envíos postales certificados o con valor declarado, salvo causa de fuerza mayor, los usuarios tienen **derecho a percibir indemnización**, según lo establecido en el artículo 12 de la Ley 43/2010.

La indemnización consistirá en el pago, por el operador postal, de una cantidad determinada en los supuestos de envíos certificados, y de una cantidad proporcional a la declarada por el remitente, en el caso de envíos con valor declarado.

La cuantía mínima y máxima de la indemnización, así como la cuantía mínima y máxima para asegurar envíos con valor declarado, será fijada por orden del Ministro de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana. El operador designado deberá determinar la indemnización correspondiente para ambos supuestos, cumpliendo los criterios fijados por el Ministro de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana.

Glosario

Incoación: Acto que da comienzo a un expediente o procedimiento.

En caso de incumplimiento del pago de la indemnización reconocida, podrá dar lugar a que el Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana proceda a la incoación de un expediente sancionador contra el operador postal.

Con respecto a la titularidad de un envío postal, el artículo 13 de la Ley 43/2010 y los artículos 8 y 9 del Real Decreto 1829/1999 garantizan el **derecho a la propiedad de los envíos postales**.

Mientras el envío no llegue al destinatario, el remitente será considerado titular, y podrá, por escrito y mediante el abono de las cantidades que correspondan (salvo error imputable al operador postal, en cuyo caso será gratuito), recuperarlo o modificar su dirección, si las operaciones necesarias para su localización no alteran la marcha regular de la prestación del servicio postal.

Si fuera imposible la entrega a un destinatario, el operador podrá, en un plazo máximo de cinco días, optar por devolver al remitente el envío, o comunicarle, por cualquier medio reconocido en derecho, la imposibilidad de entrega del envío.

GARANTÍAS Y DERECHOS DE LOS USUARIOS	NORMATIVA
Secreto de las comunicaciones postales	Art. 5, Ley 43/2010 Arts. 18.3 y art. 55, apart. 2, Constitución Española Art. 579, Ley de Enjuiciamiento Criminal
Inviolabilidad de los envíos postales	Art. 6, Ley 43/2010 Arts. 7 y 12, Real Decreto 1829/1999
Protección de datos personales	Art. 7, Ley 43/2010 Ley Orgánica 3/2018 y Reglamento (UE) 2016/679 Art. 6, Real Decreto 1829/1999
Derecho a la prestación de un servicio postal universal de calidad	Art. 8, Ley 43/2010
Derecho de información sobre los servicios postales	Art. 9, Ley 43/2010
Derecho de reclamación	Art. 10, Ley 43/2010 Real Decreto Legislativo 1/2007
Derecho de denuncia	Art. 11, Ley 43/2010
Derecho a percibir indemnización	Art. 12, Ley 43/2010
Derecho a la propiedad de los envíos postales	Art. 13, Ley 43/2010 Arts. 8 y 9, Real Decreto 1829/1999
Derecho de presentación de escritos dirigidos a las Administraciones públicas	Art. 14, Ley 43/2010 Art. 38.4.c), Ley 30/1992
Derecho a la identificación del operador	Artículo 15, Ley 43/2010
Derecho a la prueba de depósito y entrega de los envíos certificados	Artículo 16, Ley 43/2010
Derecho de reexpedición y rehúse de los envíos postales	Art. 17, Ley 43/2010 Art. 1, Real Decreto 1829/1999)
Derecho a la protección de los envíos no entregados	Art. 18, Ley 43/2010
Derecho a la información y presentación de reclamaciones, denuncias y escritos de las personas con discapacidad	Art. 19, Ley 43/2010
Derecho a la protección contra los riesgos que puedan afectar a su salud y seguridad	Art. 10, Real Decreto 1829/1999
Derecho a la utilización de las lenguas oficiales en el territorio de su Comunidad Autónoma, cuando se trate de servicios postales que circulen exclusivamente en su ámbito	Art. 10, Real Decreto 1829/1999
Derecho de desistimiento	Arts. 102 y siguientes, Real Decreto 1/2007

De conformidad con lo establecido en el artículo 16.4.b) de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas, los usuarios tendrán derecho a presentar solicitudes, escritos y comunicaciones dirigidos a las Administraciones públicas a través de las oficinas del operador postal (así como de otros operadores postales distintos), de acuerdo con lo previsto en el artículo 16.4.e) de

la citada Ley 39/2015, de 1 de octubre), que deberá recibirlos y dirigirlos al destinatario con carácter preferente y acreditar su presentación y entrega en destino. Así se garantiza el **derecho de presentación de escritos dirigidos a las Administraciones públicas** por el artículo 14 de la Ley 43/2010.

Otros derechos garantizados son: **derecho a la identificación del operador** (artículo 15, Ley 43/2010); el **derecho a la prueba de depósito y entrega de los envíos certificados** (artículo 16, Ley 43/2010); el **derecho de reexpedición y rehúse de los envíos postales** (artículo 17, Ley 43/2010 y artículo 1, Real Decreto 1829/1999); el **derecho a la protección de los envíos no entregados** (artículo 18, Ley 43/2010); el **derecho a la información y presentación de reclamaciones, denuncias y escritos de las personas con discapacidad** (artículo 19, Ley 43/2010); el **derecho a la protección contra los riesgos que puedan afectar a su salud y seguridad** (artículo 10, Real Decreto 1829/1999), y el **derecho a la utilización de las lenguas oficiales en el territorio de su comunidad autónoma, cuando se trate de servicios postales que circulen exclusivamente en su ámbito** (artículo 10, Real Decreto 1829/1999).

Adicionalmente, hay una serie de derechos reconocidos a los usuarios en la normativa general como, por ejemplo, en el Real Decreto Legislativo 1/2007 donde se incluye el **derecho de desistimiento** (artículo 102 y siguientes Real Decreto 1/2007).

1.2.4. Marco normativo internacional

A) Marco Internacional Global

La Unión Postal Universal (UPU) establece las normas que regulan los intercambios postales internacionales de los envíos de correspondencia, de encomiendas (paquetería) y de los servicios postales de pagos (para aquellos países signatarios), así como estipula las reglas

comunes aplicables al servicio **postal internacional**. El grueso de esas normas lo conforman las denominadas «Actas de la Unión Postal», que son de dos tipos:

1. Actas permanentes:

- Constitución: incluye las normas orgánicas de la Unión y no está sujeta a reservas.
- Reglamento General: disposiciones que garantizan la aplicación de la Constitución y el trabajo de la Unión.
- Convenio: estipula las condiciones del servicio postal internacional (correspondencia y paquetería). Sujeto a reservas.
- Acuerdo de los Servicios Postales de Pago: de obligado cumplimiento solo para aquellos países firmantes. Por ejemplo, España.



2. Acta no permanente:

- Reglamento del Convenio, revisado en cada sesión del Consejo de Explotación Postal y del Consejo de Administración donde desarrolla las disposiciones sobre el servicio postal internacional, los envíos de correspondencia y de encomiendas (paquetería).

Además, la UPU elabora y establece estándares bajo dos conceptos:

1. Estándares técnicos, que describen y estipulan cómo deben diseñarse, entre otros elementos, las etiquetas, direcciones, nombres o códigos de las Oficinas de Cambio.
2. Estándares para mensajes electrónicos (mensajería EDI), que definen los formatos y contenidos de los mensajes intercambiados entre los operadores postales de todo el mundo.

B) Marco Regional Europeo

Cabe destacar las siguientes normativas:

1. La Directiva 97/67/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 15 de diciembre de 1997, sobre normas comunes para el desarrollo del mercado interior de los servicios postales comunitarios y la mejora de la calidad del servicio, modificada por las Directivas 2002/39/CE respecto de la mayor apertura a la competencia de los servicios postales comunitarios y 2008/6/CE, respecto de la plena realización del mercado interior de los servicios postales comunitarios.
2. Reglamento (UE) 2018/644 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 18 de abril de 2018, sobre los servicios de paquetería transfronterizos.
3. Normas técnicas, definidas por el Comité Europeo de Normalización (CEN).

1.3. Organismos reguladores

1.3.1. Organismos reguladores nacionales

A) Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia (CNMC)

La **Comisión Nacional de los Mercados y de la Competencia** (CNMC) es el organismo que promueve, garantiza y defiende la existencia de una competencia efectiva, su correcto funcionamiento, y la transparencia en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios.

Es un organismo público con **personalidad jurídica propia**. Es independiente del Gobierno y está sometido al control parlamentario. Entró en funcionamiento el 7 de octubre de 2013.

Su origen se remonta al antiguo Tribunal de Defensa de la Competencia (1964), pero la creación de la Comisión Nacional de la Competencia (CNC) tuvo lugar, formalmente, en 2007. Los principales hitos en el proceso de evolución de esta entidad son:

- **2007:** se transforma en la Comisión Nacional de la Competencia.
- **2013:** conforme a la **Ley 3/2013, de 4 de junio**, se aprobó la unificación de los organismos reguladores y de la autoridad de competencia con el fin de reforzar su independencia, garantizar la seguridad jurídica y la confianza institucional. De esta manera, en la CNMC se fusionan **seis organismos supervisores** existentes hasta entonces:

CNC	CNE	CMT	CNSP
Comisión Nacional de la Competencia	Comisión Nacional de Energía	Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones	Comisión Nacional del Sector Postal
CEMA		CRFA	
Consejo Estatal de Medios Audiovisuales		Comité de Regulación Ferroviaria y Aeroportuaria	

Todos estos organismos trabajaban por unos mercados competitivos y unos servicios de calidad, en beneficio de los ciudadanos. Pero la presencia de todas estas entidades de forma independiente, con sus respectivos órganos de gobierno y medios materiales, necesitaba una reforma. Así, la unificación de todos los organismos pasó a garantizar y reforzar la **independencia** de la CNMC, aportando seguridad jurídica. Además, **ha mejorado su eficiencia**, eliminando duplicidades. Así, los rasgos fundamentales del actual modelo se resumen en cuatro puntos:

1. **Mayor confianza.** Al pertenecer a la misma entidad, la comunicación entre organismos es mucho más sencilla. Por ejemplo, entre el sector postal y el sancionador. Esta integración garantiza la coherencia entre la regulación *ex ante* y la defensa *ex post* de la competencia.
2. **Visión global de la realidad económica**, al ejercerse el control sobre casi todos los sectores económicos (excepto el financiero).
3. **Independencia** respecto del Gobierno y de las empresas. La CNMC está sometida al control del Congreso de los Diputados, quien supervisa su actuación para garantizar su independencia judicial y del Gobierno.
4. **Transparencia** en la rendición de cuentas. El artículo 37 de la Ley 3/2013 obliga a publicar todas las resoluciones y los informes aprobados por el Consejo. También son públicas las agendas del Presidente, de los miembros del Consejo y de los Directores.

• **Estructura**

La CNMC cuenta con **dos órganos de gobierno para ejercer sus funciones que se establecen en el Capítulo III de la ley**: el Consejo y el Presidente, que lo es también del Consejo. El Consejo es el órgano colegiado que toma las decisiones. Estas pueden ser resolutorias, consultivas, de promoción de la competencia y de arbitraje. También actúa en la resolución de conflictos. Entre sus otras facultades indelegables, están las de la aprobación del anteproyecto de presupuestos, de su memoria anual y sus planes anuales o plurianuales de actuación, la aprobación del reglamento de funcionamiento interno y el nombramiento del personal directivo, entre otras.

Está integrado por **diez miembros**, que son nombrados por el Gobierno mediante Real Decreto, y elegidos entre personas de reconocido prestigio. Su mandato es de seis años y no pueden ser reelectos. La renovación de los miembros se llevará a cabo, de forma parcial, cada dos años.

Glosario

Órgano colegiado:

Es el que se crea formalmente y está integrado por tres o más personas a las que se atribuyen funciones administrativas de decisión, propuesta, asesoramiento, seguimiento o control y que actúan integradas en la Administración General del Estado o en alguno de sus organismos públicos.

- **Funciones e incompatibilidades de los miembros**

Para garantizar su independencia y objetividad, los miembros están sometidos a una amplia serie de incompatibilidades. Por ello, estarán sujetos al régimen de incompatibilidad establecido para los altos cargos de la Administración General del Estado en la Ley 5/2006, de 10 de abril. También, deberán ejercer su función con dedicación exclusiva y durante los dos años posteriores a su cese, no podrán ejercer actividad profesional privada que esté vinculada con los sectores regulados y con la actividad de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.

Entre sus funciones encontramos las siguientes:

FUNCIONES	Supervisión y control del mercado de comunicaciones electrónicas.
	Supervisión y control en el sector eléctrico y en el sector del gas natural.
	Supervisión y control del mercado postal.
	Supervisión y control en materia de mercado de comunicación audiovisual.
	Supervisión y control en materia de tarifas aeroportuarias.
	Supervisión y control en el sector ferroviario.

Naturaleza y régimen jurídico

Para poder garantizar su objetivo, 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, la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia ejercerá sus funciones en todo el territorio español y en relación con todos los mercados o sectores económicos.

La CNMC está adscripta al Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, sin perjuicio de su relación con los Ministerios competentes por ejercicio de las funciones a que se refieren los artículos 5 a 12 de esta Ley 3/2013. Tiene personalidad jurídica propia y está dotada de plena capacidad pública y privada. Esto significa que actuará conforme a la ley, pero con autonomía orgánica y funcional suficiente, sin depender del Gobierno, de las Administraciones públicas o de cualquier interés empresarial o comercial.

Su **régimen jurídico** está compuesto por los siguientes cuerpos normativos:

- **La Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia.**
- La Ley de Defensa de la Competencia (LDC).
- La legislación especial de los mercados y sectores sujetos a su supervisión.
- De forma complementaria, son aplicables la Ley 39/2015 del Procedimiento Administrativo Común (PAC); la Ley General Presupuestaria y el resto del ordenamiento jurídico.

El Capítulo II de la Ley 3/2013 se encarga de regular las funciones de la CNMC, clasificadas en tres grandes áreas de actuación:

- **Defensa de la competencia:** la Comisión se encarga de la defensa y promoción de la competencia en el conjunto del mercado.
- **Supervisión y control en los diferentes mercados y sectores de interés para la economía:** electricidad y gas natural; tarifas aeroportuarias; sector ferroviario (solo algunos aspectos); y el sector postal, que se analizará con más detenimiento en párrafos posteriores.
- **Resolución de conflictos:** sus funciones a este respecto son amplias y flexibles, y van más allá del mero arbitraje. En lo referente al sector postal, pueden darse discrepancias entre operadores respecto del acceso a la red postal, a las infraestructuras o servicios postales.

El **Consejo de la CNMC** también tiene atribuidas una serie de funciones específicas que desarrolla en el día a día. Las principales son resolver y dictaminar asuntos de la Comisión, así como resolver los procedimientos sancionadores.

Las **Direcciones de Instrucción** se encargan de tramitar los expedientes relativos a sus ámbitos de actuación: Competencia, Dirección de Energía, Dirección de Telecomunicaciones y del Sector Audiovisual, Dirección de Transportes y del Servicio Postal. Las funciones se ejercen con independencia del Consejo y también del Gobierno ya que, si recibiesen indicaciones externas, no estaría garantizada la independencia de su actuación.

Las facultades de inspección y capacidad de sanción de la CNMC cobran especial relevancia.

Las **funciones de inspección** están reguladas por el artículo 27 de la Ley 3/2013 y se ejercerán tanto en el ámbito de la defensa de la competencia como también en los sectores de comunicaciones electrónicas y audiovisuales, en los mercados de la electricidad y de gas natural, en el sector postal, las tarifas aeroportuarias y determinados aspectos del sector ferroviario.

Existe una separación entre la fase instructora, que será realizada por la dirección correspondiente, y la fase resolutoria, que corresponde al Consejo. Así, se dará cumplimiento a los derechos fundamentales aplicables en el ámbito del *ius puniendi* del Estado: se deberá separar y distinguir entre la instrucción y resolución de los procedimientos sancionadores.

Por su parte, el **procedimiento sancionador** se rige por la Ley 3/2013 y la legislación general sobre procedimiento administrativo. La resolución del procedimiento sancionador pondrá fin a la vía administrativa y contra ella podrá interponerse recurso contencioso-administrativo, excluyéndose expresamente por la Ley 3/2013 el recurso potestativo de reposición.

Funciones de supervisión y control de mercado postal

El mercado postal es un sector regulado en el que se desarrolla una actividad de interés económico y, por lo tanto, deberá someterse a funciones de control. Para desarrollar la supervisión y garantizar el correcto funcionamiento del mercado postal en España, la CNMC tiene atribuidas un total de nueve áreas funcionales, recogidas en el artículo 8 de la Ley 3/2013, de 4 junio. Estas son las siguientes:



1. **Servicio postal universal.** «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, sin perjuicio de lo indicado en la Disposición adicional undécima de esta Ley».
2. **Carga financiera.** «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. **Financiación.** «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. **Accesibilidad.** «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. **Servicio.** «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. **Protección de datos.** «Gestionar y controlar la utilización del censo promocional».
7. **Publicación de directrices.** «Dictar circulares para las entidades que operen en el sector postal, que serán vinculantes una vez publicadas en el “Boletín Oficial del Estado”».
8. **Informes de seguimiento.** «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. **Otras.** «Realizar cualesquiera otras funciones que le sean atribuidas por Ley o por Real Decreto».

Sea cual sea el área funcional afectada, las funciones concretas de la CNMC se desarrollan en la **normativa postal**, en particular en los siguientes:

- La **Ley 43/2010**, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal (BOE 318, del 31 de diciembre de 2010).
- El **Plan de Prestación del Servicio Postal Universal** aprobado por Acuerdo del Consejo de Ministros de 1 de junio de 2021 y publicado por Resolución de 15 de junio de 2021, de la Secretaría General Técnica (BOE 152, de 26 de junio de 2021).

- El **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 (modificado por Real Decreto 503/2007, de 20 de abril. BOE 111, del 9 de mayo de 2007).
- El **Real Decreto 1298/2006**, de 10 de noviembre, que regula el acceso a la red postal pública y determina el procedimiento de resolución de conflictos entre operadores postales (BOE 280, del 23 de noviembre de 2006).
- **Orden FOM/2447/2004**, de 12 de julio, de Contabilidad analítica y la separación de cuentas de los operadores postales (BOE 177, de 23 de junio de 2004).

En el caso concreto de las funciones de supervisión de la CNMC sobre el prestador del servicio postal universal (SPU), en este caso la **Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E**, se identifican los siguientes tres principales apartados:

1. **Principios:** la CNMC debe garantizar el cumplimiento de los **principios de equidad, no discriminación, continuidad, buena fe y adaptación a los requisitos de los usuarios** en la prestación del servicio postal universal. Puede autorizar, por ejemplo, **condiciones singulares de entrega** con una declaración de entornos o circunstancias especiales, como las recogidas en el artículo 37 del Real Decreto 1829/1999. También debe supervisar el cumplimiento de **los requisitos e infraestructuras mínimos** para la prestación de un servicio. Por su parte, los objetivos de expedición en plazo son supervisados cada año por la CNMC sobre la base al art. 10 del Plan de Prestación y 45 del Real Decreto 1829/1999, conforme a la metodología y sistema de medición plasmados en la Norma UNE-EN 13.850. Los resultados de estas mediciones de calidad se incluyen en un informe anual (art. 47.2 del Real Decreto 1829/1999). La CNMC puede recabar información de los operadores y del prestador del servicio en el transcurso de una investigación, con potestad para sancionar e imponer multas coercitivas (art. 66 de la Ley 43/2010). Por último, la CNMC vigila que los precios de los servicios postales públicos sean asequibles, transparentes y no discriminatorios. En este sentido, el prestador del servicio deberá comunicar a la CNMC el establecimiento de nuevos precios, así como la modificación de los que estén vigentes con al menos tres meses de antelación.
2. La CNMC se ocupa del cumplimiento de las **obligaciones contables impuestas al prestador del servicio**, así como de determinar la cuantía de la carga financiera injusta sufragada por el operador. La CNMC es la encargada de **gestionar el fondo de garantía del equilibrio financiero** del servicio. Este se nutre de diferentes partidas, como las transferencias con cargo a los presupuestos generales del Estado, donaciones o prestaciones patrimoniales. La cuenta corriente que soporta este fondo debe quedar a cero al final de cada ejercicio económico. Además, la CNMC supervisa que la **contabilidad analítica** se realice conforme a unos principios justificables y aplicados con coherencia que permitan diferenciar cada uno de los servicios incluidos en el ámbito del servicio postal universal. La CNMC está obligada a informar de estos principios y de la separación de cuentas a las autoridades y organismos competentes, tal y como recoge el art. 26 de la Ley 43/2010 y Plan de Prestación. Por último, la CNMC determinará cuál es la



carga financiera injusta soportada por el operador, que debe compensarse conforme a las reglas recogidas en el Anexo Metodológico del Plan de Prestación aprobado el 1 de junio de 2021 por el Consejo de Ministros.

3. La CNMC vigila que el **acceso a la red postal** se produzca conforme a los principios de transparencia, proporcionalidad y no discriminación. Tiene competencias para aprobar el contrato tipo de acceso a la red elaborado y también para establecer condiciones de referencia cuando no exista acuerdo entre las partes. Asimismo, la CNMC supervisa que las **tarifas aplicadas para el acceso a la red** sean coherentes con los costes y no distorsionen la competencia. También, se ocupa de que los operadores con autorización administrativa singular puedan acceder a las infraestructuras necesarias para realizar el trabajo, como pueden ser el sistema de código postal o la base de datos de direcciones. En cuanto a la **resolución de conflictos**, la CNMC tiene entre sus cometidos la mediación entre operadores, conforme al procedimiento fijado en el Real Decreto 1298/2006, de 10 de noviembre. Puede imponer multas cuando aprecie temeridad o mala fe (art. 48 de la Ley 43/2010).



B) Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana

En la Disposición adicional undécima de la Ley 3/2013, de 4 de junio, de creación de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, se recogen las funciones que asume el **Ministerio de Fomento (actualmente Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana)** en relación con el sector postal, que son las siguientes:

1. **Informar a los usuarios** sobre los operadores postales, las condiciones de acceso, precio, nivel de calidad e indemnizaciones y plazo en el que serán satisfechas y, en todo caso, realizar la publicación en el sitio web del Ministerio a que se refiere el artículo 9.2 de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre.
2. **Conocer 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 sometidos a las Juntas Arbitrales de Consumo.
3. **Conocer de las quejas y denuncias de los usuarios por incumplimiento de las obligaciones por parte de los operadores postales**, en relación con la prestación del servicio postal universal, de conformidad con lo establecido el Título II de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, y en su normativa de desarrollo. El Ministerio de Fomento (actualmente Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana) informará, al menos semestralmente, a la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de las actuaciones realizadas, incluyendo información sobre el número de reclamaciones informadas, atendidas y tramitadas, con el fin de facilitar las labores de supervisión del funcionamiento de los mercados minoristas por parte de este organismo.
4. **Ejercer la potestad de inspección y sanción** en relación con las funciones mencionadas en los apartados anteriores.
5. **Otorgar las autorizaciones singulares y recibir las declaraciones responsables** que habilitan para la actividad postal y gestionar el Registro General de empresas prestadoras de

servicios postales, de conformidad con lo establecido en el Título IV 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.

Por su parte, en el artículo 14.3.e) del Real Decreto 645/2020, de 7 de julio, por el que se desarrolla la estructura orgánica básica del Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, se indica que a la **Subdirección General de Régimen Postal** (adscrita a la Secretaría General Técnica del referido Ministerio) le corresponderá el ejercicio de las siguientes funciones:

- La definición de las políticas de desarrollo del servicio postal universal.
- 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 gestión del Consejo Superior Postal, de la Comisión Filatélica del Estado y del Consejo de la Orden Civil del Mérito Postal y de la Medalla al Mérito Filatélico.
- La propuesta de fijación de los servicios mínimos de carácter obligatorio para asegurar la prestación del servicio postal universal.

1.3.2. Organismos reguladores internacionales

Instituciones europeas vinculadas al sector postal

Las instituciones europeas desarrollan los objetivos políticos generales de la Unión Europea (UE).

Comisión Europea

La Comisión Europea (CE) despliega la estrategia de la Unión Europea (UE) y la transforma en políticas e iniciativas concretas.

En cuanto a la política postal, el propósito de la CE es garantizar que los servicios postales sean asequibles, eficientes y de calidad.

Los objetivos fundamentales de la política postal son:

1. Garantizar servicios postales universales de calidad a precios asequibles.
2. Mejorar la calidad de los servicios.
3. Establecer autoridades reguladoras nacionales independientes que se encarguen de la regulación postal (supervisión, estadísticas, autorización, control de tarifas, contabilidad, procedimientos de reclamación, etc.).



Dentro de la estructura de la CE, se encuentra:

DG GROW (Dirección General para el Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y pymes), responsable de la política de la UE en materia de mercado único, industria, emprendimiento y pequeña empresa. Su sede se encuentra en Bruselas, y es la responsable de:

1. Completar el mercado interior de bienes y servicios.
2. Ayudar a convertir la UE en una economía inteligente, sostenible e integradora.
3. Fomentar el espíritu empresarial y el crecimiento reduciendo la carga administrativa para las pequeñas empresas; facilitar el acceso a la financiación de las pequeñas y medianas empresas (pymes); y apoyar el acceso de las empresas de la UE a los mercados mundiales. Todas estas acciones están destinadas a la pequeña empresa.
4. Generar políticas de protección y observancia de los derechos de propiedad industrial, coordinar la posición y las negociaciones de la UE en el sistema internacional de derechos de propiedad intelectual (DPI), y ayudar a los innovadores a utilizar los derechos de propiedad intelectual de forma eficaz.
5. Funcionar como secretaría del **ERGP** (Grupo de Reguladores Europeos de los Servicios Postales).

Dentro de DG GROW, la **Unidad de Servicios de Interés Público y Concesiones** se encarga de la política postal de la UE, cuyo objetivo es garantizar que los servicios postales asequibles, eficientes y de calidad estén disponibles los 5 días laborables de la semana (con excepciones) en toda la UE en un contexto en el que el mercado postal se ha abierto gradualmente a la competencia y se encuentra liberalizado completamente desde enero de 2013.

Comité de la Directiva Postal

La Directiva de Servicios Postales, en su artículo 21, prevé que la Comisión Europea estará asistida por un **Comité**, denominado «Comité de aplicación de la legislación 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», conocido como el **Comité de la Directiva Postal**, formado por las autoridades nacionales reguladoras de la UE, en la que la representación española corresponde al Ministerio de Transportes, Movilidad y Agenda Urbana, y en la que la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC) asiste como observadora a las dos reuniones anuales.

El citado Comité apoya a la Comisión Europea en la aplicación de dicha directiva, en particular con respecto a sus futuras tareas de establecer medidas en relación con la calidad

de los servicios transfronterizos de la Comunidad y la normalización técnica. El Comité es informado de las medidas adoptadas por los Estados miembros para garantizar la prestación del servicio universal.

Además, se informa a dicho Comité de cualquier desviación del estándar de calidad que fuere justificado por la autoridad reguladora nacional, por razones de infraestructura o geográficas. El Comité también es informado de los debates en el seno del Comité Europeo de Normalización y de su progreso en esta área.

El **Grupo Europeo de Reguladores de Servicios Postales** (ERGP), establecido en 2010, reúne a los reguladores del sector postal de los Estados miembros de la UE. Se trata de un grupo asesor de la Comisión Europea que facilita la cooperación entre las Autoridades Reguladoras Nacionales (ANR) en los países de la UE y entre las ANR y la Comisión con el fin de ayudar a consolidar el mercado interior de los servicios postales y garantizar la aplicación de la legislación postal.

El ERGP estará integrado por las autoridades nacionales de reglamentación de los servicios postales. Cada una de estas autoridades contará con un representante dentro del ERGP.

El programa de trabajo del ERGP se organiza sobre tres pilares estratégicos:

1. Pilar estratégico I: revisar el sector postal.
2. Pilar estratégico II: promover un mercado postal único y competitivo dentro de la UE.
3. Pilar estratégico III: empoderar a los usuarios finales y garantizar un servicio universal orientado al usuario.

La implementación del programa de trabajo está encomendada a los grupos de trabajo del ERGP, compuestos por expertos de las autoridades reguladoras nacionales.

La Dirección General para el Mercado Interior, Industria, Emprendimiento y pymes de la Comisión Europea («GD Grow») se encarga de las labores de secretaría del ERGP y sus grupos de trabajo.

Parlamento Europeo

El **Parlamento Europeo** es la rama legislativa de la Unión Europea (UE) y una de sus siete instituciones. El Parlamento está compuesto por eurodiputados en representación de todos los países de la UE. Los diputados al Parlamento Europeo son elegidos directamente por los votantes de todos los Estados miembros para representar los intereses de los ciudadanos y garantizar que otras instituciones de la UE trabajen democráticamente.

El Parlamento Europeo decide sobre la legislación de la Unión, incluyendo el presupuesto plurianual, junto el Consejo de la Unión Europea. También desempeña un papel fundamental de control sobre otras instituciones europeas, como la Comisión Europea.

Destacamos el trabajo que desarrollan dos de sus Comités:

1. **Comité relativo al Transporte y al Turismo (TRAN):** Es responsable de los asuntos relativos al desarrollo de una política común para el transporte ferroviario, por carretera, por vía navegable, marítimo y aéreo, de los servicios postales y del turismo.
2. **Comité relativo al Mercado Interior y a la Protección de los Consumidores (IMCO):** Es responsable de la supervisión legislativa y el control de las normas de la UE sobre el mercado único, incluidos el mercado único digital, las aduanas y la protección de los consumidores. El Comité trabaja con los Estados miembros y la Comisión para garantizar que las normas del mercado único sean viables y se apliquen plenamente y a tiempo, con el fin de liberar aún más el potencial del mercado único digital y hacer un mejor uso del mercado único de servicios. Se ocupa de ámbitos políticos como el mercado único, la agenda digital, los consumidores y la regulación inteligente.

Consejo de la Unión Europea

El Consejo es el principal órgano de decisión de la UE junto con el Parlamento Europeo.

El Consejo de la UE representa a los gobiernos de los Estados miembros. Es el órgano en el que se reúnen los ministros de todos los países de la UE para adoptar leyes y coordinar políticas. Tiene su sede en Bruselas.

Si bien el Consejo es una única persona jurídica, se reúne en diez formaciones diferentes, dependiendo del asunto que se aborde. No existe jerarquía entre las formaciones del Consejo, aunque el Consejo de Asuntos Generales desempeña un papel especial de coordinador y se ocupa de los asuntos institucionales, administrativos y horizontales.

El Consejo de la UE es presidido de forma rotatoria, cada semestre por un Estado miembro, que se encarga de decidir la agenda de las reuniones e impulsar la toma de decisiones en su seno.

Dentro del Consejo se encuentra el Grupo de Trabajo dedicado a los servicios postales llamado «Grupo Servicios Postales».

Comité Europeo para Regulación Postal (CERP)

El **Comité Europeo de Regulación Postal** (CERP) es responsable de la regulación postal y de la coordinación a nivel europeo de los ministerios y reguladores en las reuniones de la Unión Postal Universal. Entre sus propósitos, destacan los siguientes:

1. Examinar los asuntos regulatorios postales en un contexto europeo, teniendo en cuenta los cambios en los límites entre los aspectos regulatorios y los aspectos operativos en este ámbito.
2. Evaluar la influencia de las políticas regulatorias internacionales en todos los países de la Conferencia Europea de Administraciones de Correos y Telecomunicaciones (CEPT), y establecer los contactos necesarios con la Unión Europea.



3. Establecer y mantener relaciones con representantes de organismos y asociaciones relevantes relacionados con temas de regulación postal.
4. Desarrollar propuestas, en su caso, con base en los resultados alcanzados por los Grupos de Trabajo.

Comité Europeo de Normalización (CEN)

El **Comité Europeo de Normalización (CEN)** es una organización privada sin ánimo de lucro cuya misión es promover la economía europea en el comercio global, el bienestar de los ciudadanos europeos y el medio ambiente, proporcionando una infraestructura eficiente

para las partes interesadas con el propósito de desarrollar, mantener y distribuir estándares y especificaciones consistentes.

El CEN fue fundado en 1961. Sus veintinueve miembros nacionales representan a veinticinco estados miembros de la UE, tres países de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) y los países candidatos a la UE y a la AELC, y trabajan juntos para desarrollar estándares europeos (EN) en varios sectores. Se trata de mejorar el entorno del mercado único europeo para mercancías y servicios y de colocar a Europa en la economía global.

El **CEN/TC 331: Servicios postales** se ocupa de la normalización de diversos aspectos de los servicios postales, incluida la medición de la calidad del servicio, el correo híbrido, la identificación (automática) y el rastreo de envíos postales, paquetes y buzones, datos de direcciones para aumentar la interoperabilidad de las redes postales y mejorar la calidad de servicio.

El CEN/TC 331 tiene en cuenta las medidas adoptadas a nivel internacional y, en particular, las acordadas por la Unión Postal Universal (UPU). La UPU establece las reglas para los intercambios internacionales de correo y hace recomendaciones para estimular el crecimiento en los volúmenes de correo, paquetería y servicios financieros y mejorar la calidad del servicio para los clientes.

Comité Europeo de protección de datos (*European Data Protection Board*)

El Comité Europeo de Protección de Datos (*European Data Protection Board-EDPB o CEPD*) es un organismo europeo independiente que contribuye a la aplicación coherente de las normas de protección de datos en toda la Unión Europea y promueve la cooperación entre las autoridades de protección de datos de la UE. El CEPD está establecido por el Reglamento General de Protección de Datos (RGPD) y tiene su sede en Bruselas.

El CEPD está compuesto por representantes de las autoridades nacionales de protección de datos y el Supervisor Europeo de Protección de Datos (EDPS). Las autoridades de supervisión de los Estados del Espacio Económico Europeo (EEE) también son miembros en lo que respecta a los asuntos relacionados con el RGPD y sin derecho a voto y a ser elegidos como presidente o vicepresidente.

Supervisor Europeo de Protección de Datos

El Supervisor Europeo de Protección de Datos (SEPD) es una autoridad de control independiente que se encarga de supervisar la aplicación de las normas sobre protección de datos en las instituciones europeas y de investigar las denuncias. Es nombrado por el Parlamento Europeo y el Consejo y se encarga de asesorar al conjunto de las instituciones y organismos comunitarios, bien sea por iniciativa propia o en respuesta a una consulta, sobre todas las cuestiones relativas al tratamiento de datos personales.

1.4. Organizaciones Postales Internacionales

1.4.1. Instituciones

Unión Postal Universal (UPU)

La **UPU** es una agencia especializada intergubernamental (192 países) del sistema de Naciones Unidas, establecida en 1874 en Berna (Suiza).

Es el foro principal donde se asegura la comunicación postal entre varios territorios para ofrecer una verdadera red cooperativa basada en el concepto del servicio postal universal y actualización de productos y servicios.

Las funciones que se desarrollan son las de consejo, mediación y enlace, y organiza la cooperación técnica entre sus países miembros. Establece normas para intercambiar correo internacional y emite recomendaciones para estimular y mejorar el crecimiento de los volúmenes postales y la calidad del servicio.

Su presupuesto anual de funcionamiento proviene de las cuotas anuales pagadas por los países miembros, las contribuciones voluntarias o donativos de estos y los ingresos administrativos (ventas de productos y servicios) realizados.

Los documentos que publican son las Actas, constituidas por la Constitución (con carácter de tratado intergubernamental), el Convenio y el Reglamento del Convenio, que desarrolla este último. El Reglamento del Convenio unifica los antiguos Reglamentos de Envíos de Correspondencia y de Encomiendas y son de obligado cumplimiento. Además, cuenta con un Reglamento de Servicios de Pagos (giros) que solo afecta a sus signatarios (entre ellos, España).

Para más información, consúltese www.upu.int

Unión Postal de las Américas, España y Portugal (UPAEP)

La Unión, creada en 1911 con sede en Montevideo (Uruguay), fortalece la integración regional del sector postal, el servicio de calidad y la actualización del sector a través de una cooperación que respalde un desarrollo sostenible.

Este organismo internacional de carácter intergubernamental (28 países) promueve una cooperación técnica entre sus operadores postales y es también una Unión Restringida de la UPU.

Objetivos:

- Promover la prestación del servicio postal universal y su desarrollo en la región.
- Coordinar y fomentar una eficiente cooperación para el desarrollo postal de los miembros.
- Intercambiar información y conocimiento en los ámbitos operativo, regulatorio y gubernamental.
- Mejorar la calidad de servicio, la interconexión y la seguridad de las redes mediante la promoción y aplicación de las **TIC** para poder medir el desempeño de los servicios postales.
- Integrar sus acciones y estrategias en el marco de la Estrategia Postal Mundial adoptada por la **UPU**.

Para más información, consúltese www.upaep.int

Glosario

TIC: Las Llamadas Tecnologías de la Información y la Comunicación engloban tanto los recursos como las herramientas que se utilizan para el procesamiento, la administración y la distribución de la información a través de cualquier dispositivo tecnológico.

Asociación de Operadores postales públicos Europeos (PostEurop)

PostEurop (Asociación de Operadores postales públicos europeos) es una unión restringida de la **UPU** con sede en Bruselas. Se creó en enero de 1993, con fines no lucrativos, para reforzar la cooperación entre los operadores postales europeos y como plataforma representativa de estos en foros y organizaciones regionales e internacionales.

En grandes líneas, sus tareas fundamentales son:

- **Representativa:** representa a los operadores postales públicos ante otras instituciones.
- **Operativa:** promociona la utilización y desarrollo de los procedimientos operativos, la coordinación entre los operadores para mejorar las operaciones postales y la definición y puesta en práctica de normas de calidad de servicio.
- **Estratégica:** sigue la evolución del mercado para promover una respuesta rápida de los operadores postales ante los cambios de productos y servicios.

Objetivos:

- Asistir a los miembros en el conocimiento y satisfacción de las necesidades de los clientes.
- Promover y exponer sus intereses y sus posiciones comunes para presentarlas a las instituciones pertinentes con el fin de influir en la adopción de decisiones que puedan afectar a los miembros.

- Incrementar la eficiencia a través de la promoción de la cooperación entre los miembros y la coordinación de actividades para poder asegurar el desarrollo homogéneo de las redes postales universales.

Para más información, consúltese www.posteurop.org

Unión Postal del Mediterráneo (PUMed o EuroMed)

La Unión Postal del Mediterráneo (**PUMed** o **EuroMed**) fue creada en Roma en 2011.

En marzo de 2012 fue reconocida como unión restringida por la **UPU** y actualmente está formada por 23 operadores que también son miembros de otras dos uniones restringidas de la **UPU**:

- Grupo A: países formados por operadores designados miembros de **PostEurop**: Albania, Bosnia y Herzegovina, Croacia, Chipre, Eslovenia, España, Francia, Grecia, Italia, Malta, Mónaco, Montenegro, Portugal y Turquía.
- Grupo B: Países formados por operadores designados miembros de la **Comisión Árabe Postal Permanente**: Argelia, Egipto, Jordania, Líbano, Libia, Mauritania, Marruecos, Siria, y Túnez.

Albania y Argelia se adhirieron durante la Asamblea Plenaria de Madrid de 2018.

Su objetivo es desarrollar, promover y proteger el interés de los países miembros, aumentar sus ingresos y mejorar la calidad de los servicios. Este grupo representa los intereses de los correos mediterráneos miembros ante la **UPU**, la Unión Europea y otros grupos sectoriales.

Para más información, consúltese www.euromed-postal.org/index.php

1.4.2. Empresas, alianzas de negocio y redes internacionales

Empresas

International Post Corporation (IPC)

International Post Corporation (**IPC**) es una cooperativa de 25 operadores postales de Europa, Norteamérica y el Pacífico Sur, fundada en 1989 por varios Directores Generales de Operadores Postales para fortalecer una cooperación que permita afrontar a los mercados postales emergentes o la competencia.

El soporte que proporciona facilita el desarrollo y mejora de los servicios postales internacionales.

IPC es una Sociedad cooperativa regida por el derecho holandés, con principales oficinas en Ámsterdam y Bruselas. Los actuales socios son los correos de Alemania, Australia,

Austria, Bélgica, Chipre, Croacia, Dinamarca, España, EE. UU., Finlandia, Francia, Grecia, Hungría, Italia, Irlanda, Islandia, Luxemburgo, Holanda, Noruega, Nueva Zelanda, Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza. Canadá es un miembro no accionista.

Los miembros de IPC manejan el 80% del volumen postal mundial. IPC opera en el campo de la calidad de servicio y de los proyectos tecnológicos.

Para facilitar asistencia a sus miembros, **IPC** se focaliza en:

- Mejorar la calidad del servicio internacional y facilitar herramientas o soluciones tecnológicas en cooperación con los miembros para aunar objetivos.
- Recopilar y suministrar trabajos de información estratégica y comercial sobre los mercados postales para reforzar el desarrollo de productos y servicios.
- Proporcionar plataformas que colaboren e intercambien conocimiento.

Para más información, consúltese www.ipc.be

Alianzas de negocio

Kahala Posts Group (KPG)

Kahala Posts Group (**KPG**) es una alianza internacional de operadores postales fundada en 2002.

Su objetivo es el de promover y mejorar las opciones del servicio de paquetería y urgente que puede ofrecerse al cliente.

Aprovechan la acción colectiva y las capacidades de sus miembros para conseguir calidad en el servicio.

La red alcanza los 328 millones de puntos de entrega. Los clientes acceden, así, a 176.000 oficinas postales.

Actualmente está compuesta por 11 países (Australia, Canadá, China, Corea, España, EE. UU., Francia, Hong Kong, Japón, Tailandia y Reino Unido).

Para más información sobre **KPG**, consúltese www.kahalapostsgroup.com

Redes internacionales

PRIME

Se fundó en 1997 como un proyecto de la IPC a raíz de la unión de fuerzas de cuatro compañías postales europeas con el fin de fomentar estándares comunes y facilitar el comercio transfronterizo de paquetes. Hoy día, PRIME se ha convertido en una organización de ámbito auténticamente global en la que se implican más de 155 operadores postales activos y que

procesa unos 400 millones de artículos al año en todo el mundo. El principal negocio de PRIME son sus acuerdos, basados en un modelo de *Pago-por-Rendimiento* que persigue mantener estándares de calidad (tanto en las entregas como en el seguimiento de las mismas) y remunerar a las compañías postales por su logro en alcanzar dichos estándares de rendimiento y condiciones previamente acordados, más allá de la retribución básica. Todos los productos ofrecen la posibilidad de rastreo para la entrega trasfronteriza de paquetes.

PRIME también utiliza el Sistema de servicio al cliente global (GCSS, de *Global Customer Service System*) para que sus miembros puedan beneficiarse de un sistema de servicio en red que maneje consultas entre compañías postales y atienda a la liquidación de indemnizaciones por servicios registrados y asegurados.

Los beneficios que aporta PRIME pueden resumirse así:

1. Informes de datos completos (origen-destino), a través del sistema de seguimiento de datos de la IPC.
2. Acceso a sistemas y procesos de compartición de datos, fundamentales para ofrecer mejores productos y servicios.
3. La vinculación entre los miembros de PRIME y la IPC como proveedor de informes de rendimiento y remuneración.

Unión Postal Universal (UPU) [Cooperativa EMS]

Express Mail Service (**EMS**) es un servicio postal prioritario para documentos y mercancías ofrecido por la **UPU** a todos sus miembros. La Cooperativa **EMS** es un órgano de la **UPU** compuesto actualmente por 179 operadores que trabaja en el desarrollo y en el buen gobierno del servicio **EMS**. Fue creada por el Consejo de Explotación Postal (**CEP**) de la **UPU** para desarrollar los servicios **EMS** y promueve la cooperación entre las organizaciones postales con el fin de ofrecer una alta calidad del servicio a los clientes.

Para más información, consúltese www.ems.post



Glosario

Consejo de Explotación Postal: Órgano permanente, que tiene a su cargo las cuestiones de **explotación** comerciales, técnicas y económicas, que interesen al servicio **postal**.



1.5. Organización y estrategia

A continuación se explica la organización interna del Grupo Correos, compuesto por Correos y sus filiales Correos Express, Nexea y Correos Telecom.

1.5.1. Grupo Correos

Glosario

Servicio postal

universal: 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. Este servicio incluye los postales nacionales y transfronterizos, tanto de cartas y tarjetas postales de hasta dos kilogramos de peso, como de paquetes postales de hasta veinte kilogramos de peso, así como de los servicios de certificado y valor declarado para los envíos antes indicados.

Esquema organizativo general del Grupo Correos

A) Presentación y estructura del Grupo Correos

- El Grupo Correos es uno de los principales proveedores de comunicaciones físicas, digitales y de paquetería en España por la excelencia y fiabilidad de su servicio, por su capital humano y por sus infraestructuras físicas y digitales.
- El Grupo Correos pertenece al Grupo SEPI (Sociedad Estatal de Participaciones Industriales), que es una entidad de derecho público adscrita al Ministerio de Hacienda y Función Pública.
- El **Grupo Correos** está integrado por Correos y sus filiales Correos Express, Nexea y Correos Telecom.

Más información

El **Grupo SEPI** abarca 15 empresas participadas de forma directa y mayoritaria por el Estado, entre ellas la Corporación RTVE. Tiene una plantilla superior a 78.000 personas; también tiene participaciones directas minoritarias en nueve empresas e indirectas en más de cien sociedades.

La matriz del Grupo, Correos, es la empresa referente del mercado postal español y una de las compañías líderes del sector de la paquetería empresarial. 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 complementa su actividad con la de sus filiales:

- **Correos Express** está dedicada a la entrega urgente de paquetería empresarial para los segmentos B2B (empresa a empresa) y B2C (empresa a particular).
- **Correos Nexea** está especializada en soluciones multicanal para las comunicaciones masivas, físicas y digitales, de las empresas.
- **Correos Telecom** se encarga de la gestión y comercialización de infraestructuras de telecomunicación de Correos, así como de dar soporte tecnológico al resto de compañías del Grupo.
- **Correos Express Portugal** es una filial de Correos Express, con la que el Grupo ofrece servicios integrados de paquetería urgente en la Península Ibérica.



Asimismo, Correos participa en las compañías chinas **KCG eCommerce Solutions** y **K Parcel**, sociedades conjuntas con los operadores asiáticos Kerry Logistics Network Limited y Global Freight Systems (GFS). Estas empresas compartidas realizan la gestión integral de paquetería de exportación con origen en China y Hong Kong, focalizando su actividad en los flujos internacionales derivados del comercio electrónico.

B) Presencia territorial del Grupo Correos

El Grupo Correos tiene una importante presencia territorial, tanto en España como en el resto del mundo. A través de sus puntos de atención, centros logísticos e infraestructuras digitales, el Grupo está presente 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.

En España, según el Informe Anual Integrado 2021 del Grupo Correos, la matriz cuenta con:

- 18 centros de tratamiento automatizado.
- 13 centros logísticos y de tratamiento nacional e internacional.
- 3 centros de admisión masiva.
- 8.298 puntos de atención y, dentro de ellos, 2.389 oficinas multiservicio y 5909 servicios rurales.
- 1.747 unidades de reparto.
- 91 unidades de servicios especiales.

Las oficinas de Correos aseguran el acceso universal a los servicios postales y así contribuyen a la cohesión territorial y al desarrollo económico de ciudadanos y empresas, tanto en ámbitos urbanos como rurales.

- La penetración territorial del Grupo Correos en España también se materializa a través de las filiales:
 - Correos Express: 58 Delegaciones. 11 delegaciones de Correos Express en Portugal.
 - Nexea: 2 centros operativos.
 - Correos Telecom: 4,0 millones de metros lineales de infraestructuras de telecomunicación.

A nivel internacional, el proceso de expansión se inició en abril de 2019 con la incorporación al Grupo de Correos Express Portugal, tras la adquisición del 51% de Rangel Expresso por parte de Correos Express. Esta adquisición ha permitido ofrecer un servicio integrado de paquetería urgente para todo el mercado ibérico. La nueva filial cuenta con 11 delegaciones en Portugal.

Pocos meses después, Correos comenzó también a operar en el sudeste asiático, a través de las empresas participadas KCG eCommerce Solutions y K Parcel. En China, Correos dispone de una planta de admisión y clasificación de paquetería, con una capacidad de procesamiento de 25.000 paquetes por hora, ampliable hasta 2 millones de objetos diarios. Esta instalación gestiona los envíos generados, especialmente a través del comercio electrónico, desde China y Hong Kong hacia España y el resto del mundo.

Glosario

e-commerce:

Comercio electrónico que consiste en la compra y venta de productos o servicios a través de internet, ya sea en páginas web de empresas o particulares, en el marco de redes sociales o cualquier otro contexto en la red.

Glosario

Pymes: Pequeñas y medianas empresas. Término genérico, que la Unión Europea ha estandarizado estadísticamente y que englobaría todas las empresas de hasta 250 empleados y con una facturación inferior a 50 millones de euros.

La apertura al exterior del Grupo Correos pretende atender las nuevas necesidades derivadas del auge del e-commerce internacional. El Grupo también colabora con las empresas españolas, sobre todo las pymes, en su adaptación al mercado del comercio electrónico o en sus procesos de internacionalización, ayudándolas a incrementar su digitalización y llevando sus mercancías a donde lo necesiten para impulsar su crecimiento.



Datos oficiales publicados, correspondientes al cierre de ejercicio 2021.

C) Equipo humano del Grupo Correos

- La gestión integral de las personas es uno de los elementos esenciales de la estrategia del Grupo Correos, uno de los grupos empresariales públicos de mayores dimensiones en España.
- Los principios laborales del Grupo Correos se rigen en términos de:
 - Calidad y estabilidad del empleo.
 - Formación y desarrollo profesional.
 - Atracción y retención del talento.
 - Diversidad.
 - Salud y seguridad laboral.
- La política de gestión integral de las personas se diseña de acuerdo con la legislación laboral vigente y con base en los marcos de referencia en el sector público español y en el ámbito postal internacional.
- Al cierre de 2021 **el Grupo Correos contaba con una plantilla media de 50.250 efectivos**. La matriz, Correos, aportaba la mayor proporción, 48.446 profesionales, de los que el 86% eran trabajadores y trabajadoras en régimen laboral y el 14%, personal funcionario.

EFFECTIVOS MEDIOS (FULL TIME EQUIVALENT)	2021	2020
Correos	48.446	50.822
Correos Express	1.451	1.271
Correos Express Portugal	135	136
Correos Nexea	175	189
Correos Telecom	42	38

Datos oficiales publicados, correspondientes a cierre de ejercicio 2021.

D) Principales magnitudes e impactos socioeconómicos y medioambientales

Dado su volumen de negocio, su presencia territorial y su capital humano, la actividad del Grupo Correos tiene impacto en tres grandes ámbitos:

- Económico.
- Social.
- Medioambiental.

Impacto económico y social

Correos es consciente de la relevancia de su impacto social y de la influencia que sus políticas pueden tener en la respuesta a los grandes retos de la sociedad, sin olvidar su papel como facilitador de las comunicaciones e intercambios económicos de empresas y ciudadanos, en su condición de prestador del Servicio Postal Universal.

- Por ello, el Grupo Correos aspira a que su actividad genere un retorno tanto económico como social a través de:
 - El apoyo al desarrollo del tejido empresarial español, especialmente en el ámbito rural.
 - El fomento del progreso sostenible e inclusivo de toda la población.
 - La promoción de la innovación y el emprendimiento.

Las principales magnitudes económicas y sociales del Grupo Correos son las siguientes:

IMPACTO ECONÓMICO	2021	2020
Cifra de negocios (miles de euros)	2.081.445	1.975.209
Resultados antes de impuestos (miles de euros)	-136.949	-366.475
Resultados después de impuestos (miles de euros)	-105.559	-264.198
Inversiones (miles de euros)	88.999	98.718
Centros de trabajo certificados con norma UNE EN:ISO 9001	2.178	2.185
Clientes de oficinas de Correos satisfechos con atención recibida	75%	76%
Proveedores nacionales	99%	98%

IMPACTO SOCIAL	2021	2020
Empleados (FTE)	50.250	52.456
Mujeres en la plantilla total	52%	52%
Mujeres en el Consejo de Administración de Correos	27%	33%
Horas formativas (millones)	1,8	1,7
«Jóvenes talentos» que realizaron prácticas empresariales	96	100

*No incluye los jóvenes talentos que realizaron prácticas en las filiales del Grupo.

Datos oficiales publicados, correspondientes a cierre de ejercicio 2021.

Glosario

Gestión empresarial sostenible: Es aquella que realiza sus actividades no solo fijándose en los números y balances de cuentas, sino también teniendo en cuenta criterios sociales, ambientales y económicos de cara al futuro. Por ello, crea valor en todos esos aspectos a corto y largo plazo, y contribuye al progreso de las generaciones presentes y futuras.

Impacto medioambiental

- A través de sus políticas de responsabilidad social corporativa y sostenibilidad, el Grupo pretende generar impactos positivos sobre sus distintos grupos de interés y para ello:
 - Diseña y comercializa productos y servicios sostenibles.
 - Ejecuta actuaciones para promover el progreso y la integración social.
 - Desarrolla políticas internas de gestión sostenible.
- La siguiente tabla muestra las magnitudes más importantes del Grupo Correos en relación con su impacto medioambiental.

IMPACTO MEDIOAMBIENTAL	2021	2020
Emisiones de Correos (alcance 1/2/3) (tCO ₂)	160.799	149.361
Inversiones medioambientales (miles de euros)	3.488	4.765
Consumo de papel en Correos (kg)	542.993	648.170
Consumo de electricidad de Correos (Gj)	424.792	428.859
CO ₂ compensado (t)	7.288	5.442

Datos oficiales publicados, correspondientes a cierre de ejercicio 2021.

E) Gobierno y administración del Grupo Correos

Estructura y organización del Grupo Correos

- La Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. (Correos) es una sociedad anónima de capital enteramente público. Su accionista único es la Sociedad Estatal de Participaciones Industriales (SEPI), dependiente del Ministerio de Hacienda y Función Pública. La compañía es la matriz del Grupo Correos y posee una participación del 100% en las filiales Correos Express Paquetería Urgente, S.A., S.M.E.; Nexea Gestión Documental, S.A., S.M.E., y Correos Telecom, S.A., S.M.E. Asimismo, posee una participación del 35% en las empresas chinas KCG eCommerce Solutions y K Parcel. Por su parte, Correos Express Paquetería Urgente, S.A., S.M.E. es propietaria del 51% de CEP-Correos Express Portugal, S.A., empresa que cuenta a su vez con una participada al 100%, CEP II-Correos Express Portugal, S.A. (véase 1.5.6, más abajo, en este mismo Tema). 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. (*)

(*) Conforme a lo dispuesto en el artículo 3 de la Ley 47/2003, de 26 de noviembre, General Presupuestaria (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2003-21614>), en coordinación con el artículo 166 de la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, de Patrimonio de las Administraciones Públicas (<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2003-20254>)

Órganos sociales del Grupo Correos

• Órganos sociales 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 y en el Reglamento del Consejo de Administración. Este documento supone un compromiso adicional con la integración de buenas prácticas y normas de buen gobierno en el funcionamiento de este órgano.
- Adicionalmente, la Comisión de Auditoría y Control asesora al Consejo en asuntos económicos, gestión de riesgos financieros y no financieros y auditoría interna.
- La designación de los consejeros y consejeras toma en consideración no solo el cumplimiento de los requisitos legales y estatutarios que el cargo exige, sino también los conocimientos, prestigio y experiencia profesionales aportados para el ejercicio de sus funciones, además de procurarse una presencia equilibrada de hombres y mujeres.
- Los consejeros y consejeras deben poseer reconocida solvencia moral y sentido de la responsabilidad, acreditados por una trayectoria de actuación ética, no haber incurrido en circunstancias que determinen que su participación en el Consejo pueda poner en peligro los intereses de la Sociedad y actuar con integridad y responsabilidad en el ejercicio de sus funciones.
- Correos, pese a no ser una empresa cotizada, ha adoptado algunas de las recomendaciones del Código de Buen Gobierno de las Sociedades Cotizadas de la Comisión Nacional del Mercado de Valores y cuenta con un sistema de control de riesgos. Este sistema asegura un marco general de gestión adecuado a las amenazas e incertidumbres inherentes a los procesos del negocio y al entorno en el que opera.
- El Reglamento del Consejo especifica todos los supuestos que pueden suponer situaciones de conflicto de interés, con el fin de evitar su materialización. Así, no puede ser consejero quien ejerce el cargo de administrador en más de dos sociedades, de conformidad con la normativa en materia de altos cargos de las Administración General del Estado, así como sobre incompatibilidades del personal al servicio de las Administraciones públicas, salvo que haya obtenido la autorización expresa del Consejo de Ministros. Adicionalmente, el Reglamento estipula que los consejeros afectados por las propuestas de nombramiento, reelección o ceso deben abstenerse de intervenir en las deliberaciones y votaciones que traten de ellas.
- En 2020 la compañía contaba con un 33 % de mujeres en el Consejo de Administración. Asimismo, 12 de los 13 consejeros eran independientes.

• Órganos sociales de las filiales

- Los órganos sociales de las empresas filiales del Grupo son la Junta General de Accionistas y el Consejo de Administración.
- Los consejeros y consejeras de las filiales, cuyo cargo no es retribuido, son elegidos de entre los miembros del equipo directivo de Correos y del Grupo SEPI, procurando la paridad entre hombres y mujeres.

- El número mínimo y máximo de miembros de los Consejos de Administración de cada una de las filiales es:
 - Entre 6 y 12 en Correos Express.
 - Entre 4 y 12 en Correos Nexea.
 - Entre 4 y 8 en Correos Telecom
- Asimismo, las filiales (a excepción de Correos Express Portugal) disponen de sus respectivas Comisiones de Auditoría y Control, para el asesoramiento en materia económico-financiera, de control de riesgos financieros y no financieros y de auditoría interna.

Comité de Dirección del Grupo Correos

- Miembros: el Presidente y los directores de Correos, así como los directores generales de las empresas filiales (Correos Express, Correos Nexea y Correos Telecom).
- Competencias: es un órgano colegiado interno que presta apoyo al Presidente en su gestión ordinaria. Impulsa y coordina las cuestiones más relevantes para la actividad con las distintas unidades y filiales.
- Funcionamiento: reunión semanal a instancia del Presidente. Los miembros del Comité de Dirección no perciben remuneración específica por su asistencia.



1.5.2. Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. (Correos)



A) Sociedad estatal

Presentación

- 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 clientes.

Naturaleza y régimen jurídico

- La Sociedad Anónima Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E. se constituyó el 29 de junio de 2001, dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 58 de la Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de Medidas fiscales, administrativas y del orden social.
- 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 el cambio de titularidad de Correos. Por ello, la totalidad de las acciones se incorporaron a favor de SEPI.
- Correos es una sociedad mercantil que se rige por el ordenamiento jurídico privado. Con la excepción de las materias en 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).
- Correos es una sociedad estatal, en la medida en que más del 50% de su capital es público.
- En cuanto a su actividad, Correos es el operador designado por el Estado para prestar el Servicio Postal Universal en España hasta 2025, en virtud de la Ley 43/2010, de 30 de diciembre, del servicio postal universal, de los derechos de los usuarios y del mercado postal. Esta Ley, junto con el Real Decreto 1829/1999, de 3 de diciembre (Reglamento postal), se ocupa fundamentalmente de la regulación de las condiciones de recogida, admisión, distribución y entrega del servicio postal universal exigibles al operador designado, así como el coste y la financiación de estas obligaciones, los precios y otras condiciones tarifarias de los servicios postales.

- Correos, en su calidad de transportista habilitado, oferta un amplio abanico de opciones de paquetería, estando sometido a la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres y a la Ley 15/2009 Reguladora del Contrato de Transporte Terrestre de Mercancías.
- Finalmente, la prestación de sus servicios de comunicaciones electrónicas es regulada por la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones.

Objeto social

- Constituyen el objeto social de Correos las actividades siguientes:
 - La gestión y explotación de cualesquier servicios postales.
 - La prestación de los servicios financieros relacionados con los servicios postales, los servicios de giro y de transferencias monetarias.
 - La recepción de las solicitudes, escritos y comunicaciones que los ciudadanos dirijan a los órganos de las Administraciones públicas, con sujeción a lo establecido en la normativa aplicable.
 - La entrega de notificaciones administrativas y judiciales, de conformidad con la normativa aplicable.
 - Los servicios de telegrama, télex, burofax y la realización de otras actividades y servicios relacionados con las telecomunicaciones.
 - La propuesta de emisión de sellos así como la emisión de los restantes sistemas de pago de los servicios postales, incluyendo las actividades de comercialización y distribución de sus productos y emisiones.
 - La asunción obligatoria de los servicios relacionados con su objeto social que puedan encomendarle las Administraciones públicas.
 - Cualesquier otras actividades o servicios complementarios de los anteriores o necesarios para el adecuado desarrollo del fin social. Para este fin, puede constituir y participar en otras sociedades.

B) Gobierno y administración de Correos

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 y en el Reglamento del Consejo de Administración.

El Consejo de Administración

- Composición: entre 12 y 15 miembros. 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.
- Competencias: supervisar la gestión de la empresa.
- Funcionamiento: reuniones ordinarias mensuales a partir de una convocatoria realizada con 48 horas de antelación. El Consejo queda válidamente constituido cuando concurren la mayoría de los consejeros, presentes o representados.



El Presidente

- El Presidente del Consejo de Administración es también el Presidente ejecutivo de Correos y de todos sus órganos de gobierno.
- Competencias: responsable de la dirección, gestión y administración, de la representación de los órganos de gobierno, así como de la ejecución de los acuerdos que estos adopten.

La Comisión Ejecutiva

- Composición: el Presidente y cuatro miembros del Consejo de Administración.
- Competencias: puede ejercitarse todas y cada una de las facultades del Consejo, salvo las que resultan indelegables por ley.

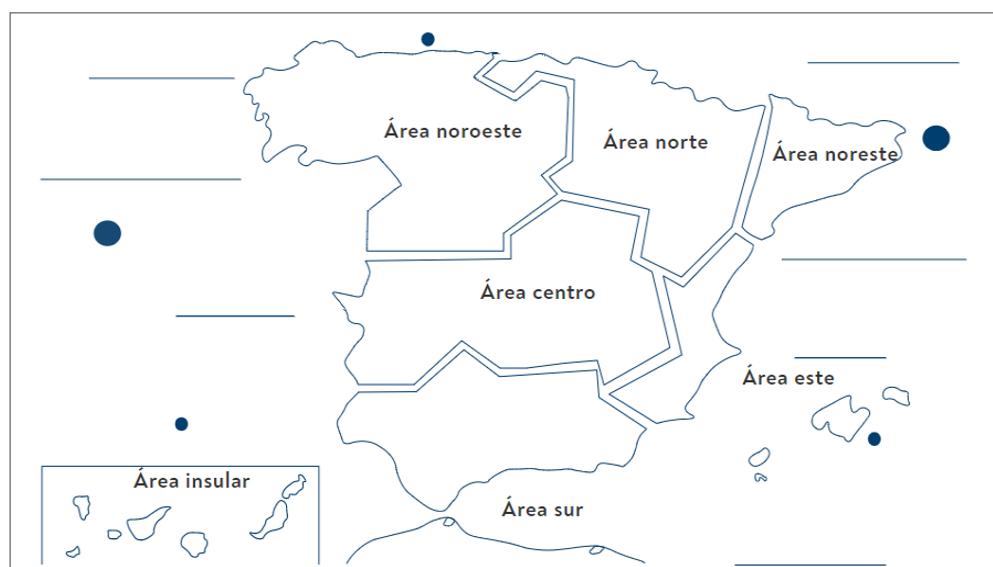
La Comisión de Auditoría y Control

- Composición: tres miembros del Consejo de Administración.
- Competencias: no ostenta funciones ejecutivas. Se encarga de informar y asesorar al Consejo de Administración en materia económica-financiera, de control de riesgos y de auditoría interna.

C) Organización periférica

Correos se divide en 7 áreas territoriales:

- Área noroeste: Galicia, Asturias y Castilla y León (excepto Soria).
- Área norte: País Vasco, Navarra, La Rioja, Cantabria, Aragón y Soria.
- Área noreste: Cataluña.
- Área centro: Madrid, Castilla la Mancha y Extremadura.
- Área este: Comunidad Valenciana, Murcia e Islas Baleares.
- Área sur: Andalucía, Ceuta y Melilla.
- Área insular: Islas Canarias.



El modelo territorial de Correos establece las siguientes figuras que dependen de las unidades directivas correspondientes en la sede corporativa:

- Gerencia de producción, que está coordinada por la Dirección Gerente de Postal y Paquetería.
Esta dirección cuenta en su estructura con las Subdirecciones de Distribución y de Centros de Tratamiento.
Además, integra la actividad comercial a través de las áreas de Desarrollo de Negocio Postal y de Desarrollo de Negocio de la Paquetería.
- Gerencia de Productos y Servicios. Reporta a la Dirección de Productos y Servicios. Es la encargada de dirigir y coordinar la actividad de todos los procesos relativos a la red de productos y servicios en su ámbito territorial, para la prestación del servicio excelente en las oficinas de Correos a través del impulso de las estrategias comerciales y seguimiento del plan de ventas en las oficinas.
- Gerencia de Personas y Relaciones Laborales. Depende de la unidad correspondiente a nivel central dentro de la Dirección de Personas y Relaciones Laborales. Es responsable de la implantación de las políticas, directrices y estrategias relativas a la gestión de los empleados y empleadas de su ámbito territorial.
- Responsables del resto de áreas corporativas. Dependen directamente y según su función de la sede corporativa. Realizan las acciones pertinentes para la coordinación del personal de soporte a la actividad del negocio.

El actual modelo, implantado en mayo de 2021 sustituyendo al anterior de direcciones territoriales, permite:

- Tener una visión única de cliente a nivel de Grupo y mejorar la comunicación y coordinación interna.
- Facilitar la definición de las responsabilidades sobre los resultados de negocio y la flexibilidad de la organización para adaptarse a la actividad real.
- Contribuir a solventar las ineficiencias y duplicidades en nuestras redes, al aprovechar las sinergias existentes y mejorar nuestros sistemas de inteligencia de negocio.

D) Clasificación profesional

Introducción

La Sociedad Anónima Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E se constituyó el 29 de junio de 2001, dando cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 58 de la Ley 14/2000, de 29 de diciembre, de Medidas fiscales, administrativas y del orden social. (*)

La transformación de la entidad pública empresarial Correos y Telégrafos en una sociedad anónima estatal fue fruto de la necesidad de acometer la modernización del operador público.

(*) <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2000-24357>

co postal para afrontar, entre otros retos, el proceso de liberalización de los servicios postales, iniciado por la Unión Europea en 1997. Con esta fórmula jurídica, se dotaba al operador público postal de la estructura y del marco jurídico apropiado que le permitiese operar con la suficiente flexibilidad en un mercado en progresiva liberalización.

Dicha transformación supuso la necesidad de abordar algunos aspectos de su régimen jurídico, entre ellos el relativo al **personal funcionario** que pasaba a prestar servicios en la nueva sociedad estatal, con un régimen jurídico particular: conservando su condición de funcionarios públicos —en un ámbito como el de las sociedades mercantiles estatales ajeno a las condiciones de la función pública—, pero adaptándose a la especial naturaleza de la organización en la que se integraban.

De este modo, se definió un sistema de ordenación de puestos de trabajo simultáneo y compatible para el personal funcionario y para el personal laboral bajo dos premisas:

- El respeto a la condición del personal que accediera a la Sociedad como funcionario público.
- La obligación de que, a partir de la fecha de inicio de la actividad de la Sociedad Estatal, el personal que la Sociedad necesitase para la adecuada prestación de sus servicios debía ser contratado en régimen de derecho laboral.

El régimen jurídico de los empleados de la Sociedad se desarrolló posteriormente mediante el **Estatuto del personal de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos** —aprobado por Real Decreto 370/2004, de 5 de marzo(*) aplicable al personal funcionario— **y los sucesivos Convenios Colectivos aplicables al personal laboral**.

A partir de dicha normativa se estableció el actual sistema de clasificación de puestos de trabajo de la Sociedad Estatal, basado en áreas funcionales, grupos profesionales y puestos tipo, que se regula ampliamente en el III Convenio colectivo de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, actualmente vigente.

Sistema de clasificación profesional

Dentro de cada Área Funcional y en el marco de cada Grupo Profesional, en atención a la identidad de las tareas y funciones desempeñadas, a su dependencia jerárquica y al nivel de conocimientos o formación específica requerida, se distinguen los siguientes **puestos-tipo** (de conformidad con lo establecido en el Sistema de Clasificación del Convenio Colectivo aplicable, artículos 30 a 34).



(*) <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2004-4164>

GRUPOS PROFESIONALES	ÁREA FUNCIONAL LOGÍSTICA	ÁREA FUNCIONAL RED	ÁREA FUNCIONAL COMERCIALIZACIÓN	ÁREA FUNCIONAL CORPORATIVA Y DE APOYO
Grupo I Personal Titulado Superior	Personal Técnico Superior	Personal técnico Superior	Personal Técnico Superior	Personal Técnico Superior
Grupo II Personal Titulado Medio/ Cuadros	Personal Técnico Medio/Jefatura de Sector Distribución/Centros	Personal Técnico Medio/Jefatura de Sector de Red	Personal Técnico Medio Coordinación de Ventas	Personal Técnico Medio Personal Responsable de Apoyo Corporativo
Grupo III Personal de Jefaturas Intermedias	Jefatura de Unidad Distribución/Centros/Jefatura de Equipo	Dirección/Dirección Adjunta de Oficina/Gestión Bancaria/Jefatura de Equipo	Gestión de Ventas	Jefatura de Unidad Administrativa Gestión de Apoyo Corporativo
Grupo IV Personal Operativo	Reparto Agente/clasificación	Atención al cliente	Atención al cliente	Administración
Grupo V Servicios Generales	Peón/a a extinguir Limpiador/a extinguir	Peón/a a extinguir Limpiador/a extinguir	Peón/a a extinguir Limpiador/a extinguir	Peón/a a extinguir Limpiador/a extinguir

E) Web corporativa institucional

La web corporativa www.correos.com es el instrumento con el que Correos da a conocer al público general su imagen de marca, sus valores y sus objetivos a través de una serie de contenidos estructurados en siete apartados:



- **Grupo Correos:** es la carta de presentación del Grupo Correos y proporciona información corporativa sobre el Grupo: historia, estructura o cifras clave, entre otros datos de interés. Contiene el Informe anual integrado de Correos para descarga en formato PDF.
- **Sala de prensa:** incluye todas las noticias relacionadas con la actividad de la compañía desde 2018, así como el dossier de prensa y un archivo multimedia.

- **Sostenibilidad:** se trata de la sección de la web que visibiliza la contribución social de Correos y los proyectos e iniciativas desarrollados en materia de sostenibilidad. Describe el Plan de Sostenibilidad de Correos, con dos pilares fundamentales: nuestra contribución para cumplir los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) impulsados por Naciones Unidas y el denominado «reto demográfico». Asimismo, permite la difusión de las líneas de trabajo de Correos en materia de sostenibilidad, materializadas en tres bloques: Negocio responsable, Relación con la Comunidad y Gestión sostenible.
- **Personas y talento:** informa a los ciudadanos sobre las convocatorias públicas de empleo de Correos (Bolsas de empleo y/o convocatorias de ingreso de personal laboral fijo) y sobre los procesos de provisión y promoción interna para los empleados. El subapartado relativo al Programa de Jóvenes Talentos se dirige a estudiantes que buscan una primera experiencia profesional.
- **Transparencia:** el Portal de Transparencia de Correos —creado en virtud de la Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno— publica contenidos de naturaleza normativa, organizativa y económica: cuentas anuales de la compañía, organigrama, Estatutos sociales, etc. Además, proporciona un canal para el ejercicio del derecho de acceso a la información pública por parte de los ciudadanos.
- **Perfil del Contratante:** difunde las **licitaciones** de Correos para la contratación de obras, suministros y servicios, así como las licitaciones patrimoniales, relativas a la compra, venta y alquiler de inmuebles.
- **Voto por correo:** proporciona a los ciudadanos toda la información útil acerca del ejercicio del voto por correo en comicios municipales, autonómicos, nacionales y europeos: plazos para la solicitud y el depósito del voto por parte de los electores, normativa electoral, seguimiento de envíos electorales... Esta sección solo se incluye en la web durante los períodos electorales.

El diseño de la página web institucional se basa en la nueva imagen de marca de Correos, presentada en junio de 2019, con la que la compañía ha querido adaptarse a las demandas de sostenibilidad, digitalización e internacionalización que requieren los nuevos tiempos. Se trata de una actualización y modernización de la misma que permite la adaptación a las nuevas necesidades del mundo digital.

La actualización del logo de la compañía mantiene la cornamusa y la corona, legado histórico de Correos, así como el amarillo, su color corporativo, para mantenerse reconocible, y elimina el nombre, dando paso al isotipo en su forma más sencilla. Un símbolo internacional, universal, que es reconocido por la sociedad española y aplicable a todo tipo de soportes y documentos, ya sean estos físicos, impresos, audiovisuales o digitales.

El nuevo logo se ha diseñado desde el respeto al original, que fue realizado en 1977 por el reconocido diseñador José María Cruz Novillo.

Además de la web institucional, Correos cuenta con una **web de carácter comercial** donde los ciudadanos pueden obtener información sobre los productos y servicios de Correos: www.correos.es

Glosario

Licitación:

En términos empresariales, es el proceso reglado mediante el cual una organización da a conocer públicamente una necesidad, solicita ofertas que la satisfagan, evalúa estas ofertas y selecciona una de ellas. Esta palabra también puede referirse a un proceso de subasta.

Glosario

Cornamusa:

La cornamusa es el símbolo que identifica a muchos correos del mundo. Se trata de un instrumento de viento-metal, que tiene sus antecesores en las caracolas o en los cuernos de algunos animales.

Glosario

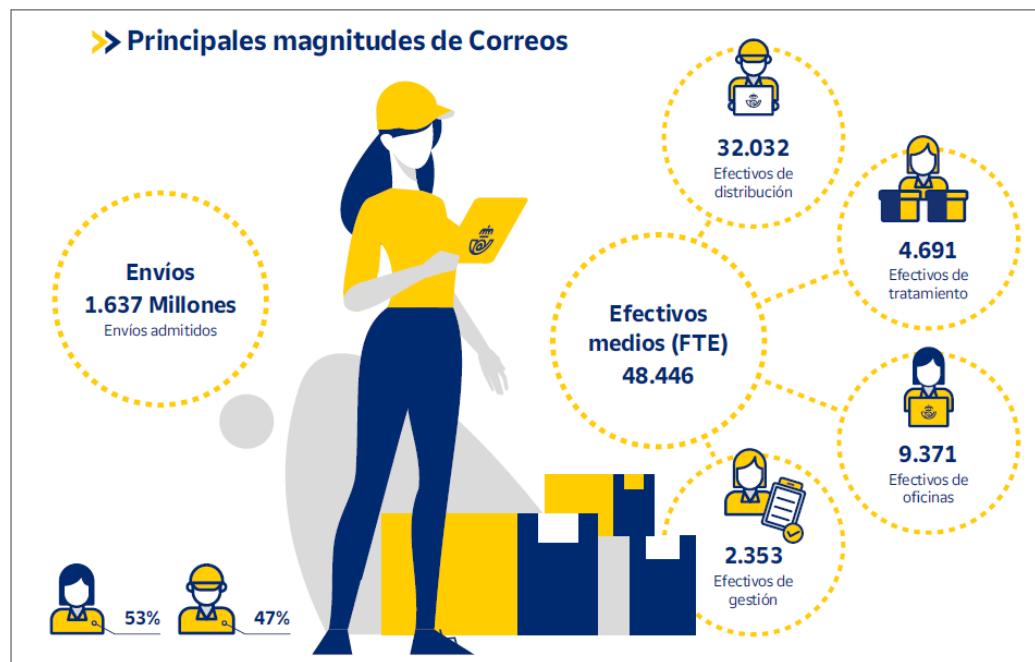
Isotipo:

Parte simbólica o icónica de la representación gráfica de una marca cuando la representamos a través de un dibujo.

F) Grandes cifras

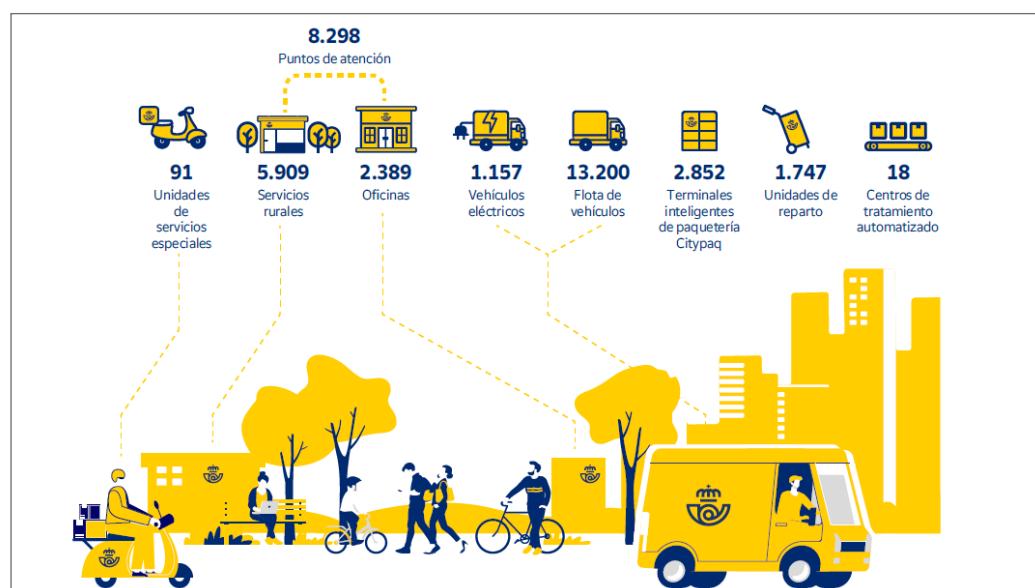
Correos es una de las principales empresas españolas por número de trabajadores. Es líder en el sector logístico y de servicios a la ciudadanía.

Su plantilla comprende un total de 48.446 efectivos medios, y en 2021 gestionó un total de 1.637 millones de envíos.



Datos oficiales publicados, correspondientes a cierre de ejercicio 2021.

Otras grandes cifras relacionadas con la capacidad operativa de Correos incluyen, entre otros, los puntos de atención, los centros logísticos y los vehículos, como se observa en la siguiente infografía.



Datos oficiales publicados, correspondientes a cierre de ejercicio 2021.

Glosario

Efectivos medios:

La gestión del empleo y el cálculo de necesidades de personal en Correos se efectúa mediante el concepto de «efectivo medio», equivalente a una persona trabajando en jornada completa durante todo el año, imputándose de forma proporcional el resto de jornadas.

1.5.3. Correos Express Paquetería Urgente, S.A., S.M.E.

A) Presentación

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.

Cuenta con una amplia oferta de servicios 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.

B) Naturaleza y régimen jurídico

La Sociedad Correos Express Paquetería Urgente, S.A., S.M.E., que adoptó su actual denominación el 7 de febrero de 2017, es una sociedad anónima de nacionalidad española que se rige por la Ley de Patrimonio de las Administraciones Públicas, por la Ley General Presupuestaria, por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, por sus Estatutos, y por las demás leyes y disposiciones que le sean de aplicación.

Su accionista único es la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E.

Es, a su vez, el socio mayoritario (51%) de Correos Express Portugal, al que se hará referencia con posterioridad.

En cuanto a su actividad, Correos Express, en su calidad de transportista habilitado, queda sometido a la Ley 16/1987, de 30 de julio, de Ordenación de los Transportes Terrestres, y a la Ley 15/2009, de 11 de noviembre, Reguladora del Contrato de Transporte Terrestre de Mercancías.

C) Objeto social

El objeto social de Correos Express está constituido por las siguientes actividades:

1. Estudio, investigación, organización, mejora y prestación de un servicio de transporte terrestre, incluida la recogida y el libramiento de documentos y paquetes y su envío y entrega, tanto en España como en el extranjero.
2. El servicio exprés nacional e internacional de recogida, transporte y entrega de documentos y paquetería, dirigido a una clientela de empresas y, de forma complementaria, a profesionales y particulares, así como todo tipo de transporte.

Glosario

Trazabilidad: Capacidad de reproducir el historial de un producto o un lote de productos. Proporciona información sobre cada paso en los procesos de producción, almacenaje y de distribución para mejorar su calidad, poder localizar rápidamente el origen de los problemas que puedan aparecer e intentar evitarlos en el futuro.

Glosario

Cadena de valor: Herramienta estratégica de análisis para identificar las ventajas competitivas de un negocio frente al mercado. Analiza las diferentes actividades de la empresa comparándolas con las de la competencia y así obtiene información muy valiosa sobre la posición que nuestro negocio ocupa en el mercado y sobre la estrategia que debería seguir a nivel de procesos internos o externos con el objetivo aportar el mayor valor posible para el cliente.

3. La creación, compra, alquiler, explotación, gestión y venta de participaciones o acciones en cualquier empresa de carácter industrial o comercial, o de servicios directamente relacionados con el objeto arriba descrito y la gestión de los mismos, así como la creación, compra, alquiler, explotación, gestión y venta de tales empresas.
4. Construcción y puesta en funcionamiento de cualquier inmueble relacionado con la puesta en práctica de los objetivos anteriores y, en general, cualquier operación inmobiliaria omobiliaria, industrial, comercial, financiera o de otra naturaleza, directa o indirectamente relacionada con los objetos antedichos o susceptible de desarrollar los mismos bien directa o indirectamente.



Cifras clave.

Glosario

B2B: Acrónimo de la expresión inglesa *Business to business* (de empresa a empresa).

Glosario

B2C: Acrónimo de la expresión inglesa *Business to Consumer* (de empresa a consumidor).

D) Servicios

Correos Express es la empresa del Grupo Correos que proporciona soluciones de entrega urgente B2B y B2C, en plazo garantizado, a cualquier destino nacional e internacional.

Su oferta comercial incluye:

- Servicios de entrega en hora garantizada (Paq 10, Paq 14 y Paq 24).
- Internacionales (Internacional Express e Internacional Estándar).
- Soluciones empresariales a medida (Paq Empresa 14 o ePaq 24). Estas últimas también comprenden opciones de distribución específicamente diseñadas para las necesidades de ciertos sectores de actividad, como el dental o el óptico, en el que Correos Express es el proveedor líder.
- Recogida y reparto urgente de equipajes para particulares con EquiPaq 24.
- Durante el pasado ejercicio añadió nuevos sistemas inteligentes y **equipos de clasificación automatizada de mercancías en algunas delegaciones** y aumentó la capacidad de procesamiento de las instalaciones de Granada y Vigo permitiendo aumentar la capacidad de procesamiento de envíos, así como el espacio para la carga y descarga.
- En 2021 Correos Express también comenzó a ofrecer servicios de transporte con entrega en 24 horas a las empresas que venden en la web de Amazon (Amazon Merchant Fulfillment Network), **ampliando su cartera de clientes en el sector del comercio electrónico.**

Estos servicios cuentan también con valores añadidos como información de la fecha prevista de entrega, reembolso, seguro a todo riesgo, confirmación de entrega por SMS o solicitud de recogida a domicilio.

1.5.4. NEXEA GESTIÓN DOCUMENTAL, S.A., S.M.E.

A) Presentación

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.

Nexea 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.

B) Naturaleza y régimen jurídico

Nexea Gestión Documental, S.A., S.M.E. se constituyó como una sociedad anónima unipersonal en España el 30 de Julio de 1999 bajo la denominación de Correo Híbrido, S.A., comenzando sus actividades durante el ejercicio 2000.

El 4 de Abril de 2011, la Sociedad cambió su denominación social a Nexea Gestión Documental, S.A., S.M.E.

Nexea Gestión Documental se rige por sus Estatutos, por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, que aprueba el Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital, y por cuantas disposiciones le sean de aplicación en su condición de sociedad estatal.

El accionista único de la Nexea es la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E.

C) Objeto social

De acuerdo con sus Estatutos Sociales, constituye el objeto social de Nexea la prestación de servicios de correo híbrido, entendiendo como tal aquel servicio postal que permite al cliente remitir sus escritos y documentos a Nexea Gestión Documental, por medios telemá-



Cifras clave.

Glosario

DUA: Documento Único Administrativo, o documento utilizado en trámites aduaneros de importación o exportación que debe presentarse ante las autoridades de la Aduana. El DUA proporciona información sobre el producto que se va a importar o exportar y sirve de base para la declaración tributaria.

Glosario

Multicanal: La multicanalidad es una estrategia de información o de comercialización que consiste en utilizar varios canales para vender, distribuir o entregar información sobre productos. Por ejemplo, simultanear la distribución de información en formato papel o a través de medios electrónicos como mensajes de texto o correos electrónicos.

ticos o electrónicos, encargándose dicha sociedad de imprimir su contenido en papel para luego ensobrarlo, distribuirlo y entregarlo a sus destinatarios.

D) Servicios

Nexea está especializada en la gestión global del ciclo documental de las empresas, desde la consultoría, diseño, ingeniería y digitalización de documentos hasta la impresión, ensobrado, custodia o destrucción certificada.

Su plataforma Nexo permite la integración de todas las comunicaciones masivas físicas y digitales de las compañías y entidades. Nexo permite interactuar por diferentes canales y formatos con múltiples usuarios, con total seguridad y trazabilidad.

En 2021 los servicios más demandados por los clientes de Correos Nexea continuaron siendo la **impresión y ensobrado de comunicaciones**, así como el envío de burofaxes y correos electrónicos personalizados.

Correos Nexea abordó también el pasado año una **redefinición de su estructura operativa**, optimizando el uso de su centro ubicado en Coslada (Madrid) con nuevos *layouts*.

Al mismo tiempo, avanzó en la **automatización y estandarización de sus procesos** administrativos y de tratamiento de documentos digitales.

1.5.5. Correos Telecom, S.A., S.M.E.

A) Presentación

Correos Telecom gestiona la red de telecomunicaciones del Grupo Correos y comercializa la capacidad excedentaria de dichas infraestructuras.

La compañía 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. Asimismo, proporciona soporte tecnológico al resto de empresas del Grupo Correos para la mejora de sus procesos operativos y el desarrollo de nuevos servicios digitales.

B) Naturaleza y régimen jurídico

La Sociedad Correos Telecom, S.A., S.M.E. es una sociedad anónima de nacionalidad española que se rige por la Ley de Patrimonio de las Administraciones Públicas, por la Ley General Presupuestaria, por el Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, por sus Estatutos, y por las demás leyes y disposiciones que le sean de aplicación.

Su actividad de prestación de servicios de comunicaciones electrónicas es regulada por la Ley 9/2014, de 9 de mayo, General de Telecomunicaciones.

Su accionista único es la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E.

C) Objeto social

El objeto social de Correos Telecom está constituido por las siguientes actividades:

- La gestión de la red de telecomunicaciones de la que es titular la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E.
- La prestación de servicios de telecomunicación con carácter preferente a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E., y subsidiariamente a terceros.
- La realización de labores de intermediación y promoción para la comercialización de la capacidad excedentaria de la red de telecomunicaciones de la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E.
- La prestación de servicios de telecomunicaciones relacionados con la prestación de servicios postales.
- Los servicios de comunicaciones electrónicas e inalámbricas, sus servicios asociados y otros servicios conexos dirigidos a proporcionar funcionalidades y operatividad a los anteriores, como el almacenamiento en la nube (*cloud computing*) o la computación en el borde (*edge computing*) y demás servicios similares y complementarios que permitan el avance de la técnica en todas sus modalidades, incluyendo la asesoría, consultoría, formación y gestión de proyectos.
- Las actividades anteriores se podrán desarrollar tanto en España como en el extranjero.



Cifras clave.

D) Servicios

Correos Telecom es la filial encargada de la construcción de la red de telecomunicaciones del Grupo Correos y de la comercialización de su capacidad excedentaria. Para esto último, oferta 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. De esta forma, facilita la extensión de la cobertura fija y móvil de otros operadores en zonas con poca oferta y contribuye a disminuir la brecha digital en estas zonas.

Glosario

FTTH: Fiber to the Home o fibra óptica hasta el hogar.

En 2021 se mantuvo el **crecimiento en la demanda de los servicios de alquiler**, por lo que la filial incrementó un 6,0% los ingresos de esta línea de negocio y, especialmente, del alquiler de infraestructuras, con un aumento de la facturación del 14,6%. Esta positiva evolución se debió principalmente a los nuevos contratos firmados con otros operadores, para la **ubicación de cabeceras de despliegues FTTH en oficinas de Correos** a nivel nacional, y a la llegada de nuevos clientes internacionales, que demandaron redes troncales de fibra óptica.

Como parte de la actividad de **comercialización de fibra óptica**, Correos Telecom culminó el proyecto para ampliar la red troncal Almería-El Ejido, con la que respaldará el desarrollo de las redes FTTH de uno de los principales operadores del mercado. A finales de año se inició también el despliegue de una red troncal de fibra óptica entre Madrid y Somport (Francia), con salidas en distintos puntos del recorrido hasta las oficinas de Correos, en las que se ubican puntos de regeneración de señal, que actúan como nodos locales.

También durante 2021, uno de los principales operadores internacionales de centros de datos neutros comenzó la construcción de su cuarto centro en Madrid, **otorgando a Correos Telecom la gestión por 20 años de las comunicaciones de fibra óptica** entre sus instalaciones en la capital, con el fin de garantizar una elevada disponibilidad de las conexiones entre ellos.

El pasado año la filial inició la **comercialización, como operador virtual, de nuevos servicios de telecomunicaciones de telefonía móvil**, así como paquetes convergentes de fibra y móvil, destinados inicialmente a empleados del Grupo, así como sus familiares y amigos. A principios de 2022 estos servicios empezaron a comercializarse a través de la red de oficinas de Correos y durante el año está prevista su extensión al público general, con ofertas diferenciadas para cada segmento de cliente, y la incorporación de nuevos servicios de valor añadido, como la oferta de televisión.

Correos Telecom también proporciona **soporte técnico al resto de empresas del Grupo**.



1.5.6. Correos Express Portugal, S.A.

A) Presentación

Correos Express Portugal, S.A. (CEP) se incorporó al Grupo Correos en abril de 2019, tras la adquisición del 51% de Rangel Expresso por parte de Correos Express Paquetería Urgente, S.A., S.M.E.

Con esta incorporación, el Grupo inició el proceso de internacionalización definido en su estrategia, ofreciendo un servicio integrado de paquetería urgente para todo el mercado ibérico, respondiendo así a los ciudadanos y empresas que demandan poder enviar y recibir en 24 horas en cualquier punto de la Península Ibérica.

CEP-Correos Express Portugal, S.A. cuenta a su vez con una participada al 100%, CEP II-Correos Express Portugal, S.A.

B) Naturaleza y régimen jurídico

La actividad de Correos Express Portugal, con domicilio social en Portugal, está sometida a la normativa postal y de transporte terrestre de mercancías aplicables en Portugal (Ley 17/2012, de 26 de abril y Decreto-Ley 239/2003, de 4 de octubre).

C) Objeto social

CEP-Correos Express Portugal, S.A. tiene como objeto social la prestación de servicios de transporte de correo urgente y de mensajería, en particular servicios postales no universales. Asimismo y en calidad de transportista público por carretera de mercancías y comisario de transporte, ha de garantizar —en las condiciones legales y reglamentarias aplicables— la gestión del transporte de mercancías, la recepción, el transporte y la entrega de los volúmenes y documentación.

La actividad principal de CEP-Correos Express Portugal, S.A., es el transporte urgente de documentos y pequeña paquetería de tipo empresarial, tanto con destino nacional como internacional.

CEP-Correos Express Portugal, S.A. cuenta a su vez con una participada al 100%, CEP II-Correos Express Portugal, S.A., con domicilio social también en Portugal.

CEP II tiene como objeto social el transporte de mercancías, es decir, la organización y gestión del transporte de mercancías en el mercado nacional e internacional por cualquier vía; la prestación de servicios postales; la organización de transportes; la coordinación de flujo de mercancías; la información, la gestión y el control de existencias, almacenamiento y logística; el comercio internacional, importación y exportación, consultoría de transportes y servicios de comercio exterior, actividad de transitario, actividad aduanera y similar de apoyo al transporte, con poderes para declarar ante las adunas por cuenta ajena y la prestación de servicios postales.

Glosario

Transitario: Persona física o jurídica que presta servicios en el transporte internacional de mercancías. Actúa como intermediario entre el exportador o importador y las compañías de transporte.



Cifras clave.

Glosario

SPT: El segmento postal tradicional incluye los productos postales más «clásicos», básicamente las cartas y tarjetas postales. Los principales rasgos de este tipo de producto son su pequeño peso y tamaño, reparto a pie y que su entrega se suele hacer en casilleros domiciliarios con un solo intento de entrega.

Correos Express Portugal cuenta con 11 delegaciones en Portugal.

A fin de dar respuesta al incremento de la actividad en el mercado ibérico, Correos Express Portugal abrió **nuevos centros** en Viseu y Braga y **destinó inversiones** a reforzar sus operaciones, tanto en el segmento B2B como B2C.

1.6. Correos y su adaptación a los cambios

1.6.1. Evolución del mercado postal en España

En este apartado se desarrollará información proveniente de los informes anuales del Sector Postal de la Comisión Nacional del Mercado de la Competencia (CNMC).

Cabe mencionar que los informes anuales de la CNMC hablan del sector postal diferenciando el segmento postal tradicional (**SPT**) y el segmento de los envíos urgentes y de la paquetería o **CEP** (Courier, Express & Parcel).

Glosario

CEP: *Courier, Express & Parcel services* (servicios de mensajería y paquetería). Los productos de este segmento se identifican con un mayor peso y tamaño; ofrecen indemnización en caso de incumplimiento, su entrega suele realizarse en mano o en las instalaciones del operador; los plazos de entrega son más cortos y habitualmente tienen más intentos de entrega. Debido a su mayor peso y tamaño, así como a la mayor dispersión de los puntos de entrega, su distribución suele realizarse mediante el uso de vehículos a motor.

El segmento SPT incluye principalmente el segmento de la correspondencia. Las empresas se caracterizan por realizar algunas o todas las actividades de la cadena postal y ponen a disposición de sus clientes una red de recogida, admisión, clasificación, transporte, dis-

tribución y entrega de cobertura nacional, provincial o local. Los envíos postales característicos de **SPT** son las cartas, tarjetas postales y la publicidad directa entregada a través de casilleros domiciliarios. También se incluyen las cartas certificadas y las notificaciones administrativas.



El mercado postal español se regula mediante la Ley 43/2010, de 30 de diciembre (**Ley Postal**).

Tal y como establece el artículo 3º de la **Ley Postal**, todos los prestadores de servicios postales deben estar inscritos en el Registro Postal.

Además para garantizar la prestación del **Servicio Postal Universal (SPU)**, la Ley Postal, en su disposición adicional primera, atribuye la condición de operador designado para prestar el **SPU** a la Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E., hasta el año 2026. Desde la entrada en vigor de esta ley, la prestación de servicios postales en España se realiza en régimen de libre competencia siempre que se cumplan las condiciones, requisitos y limitaciones establecidos en la normativa vigente.

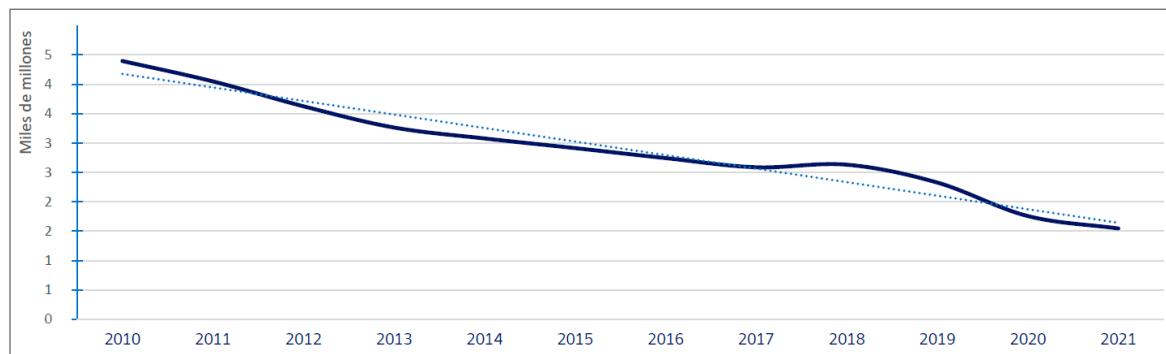
El segmento **SPT** en España ha estado sometido a grandes cambios expuestos a continuación, entre los que destaca la variación a lo largo de los años del número de operadores.

Los nueve operadores que aparecen en la tabla siguiente son los que enumera el Informe Anual del Sector Postal del año 2021.

TIPO	NOMBRE
Operador público (Correos)	Sociedad Estatal Correos y Telégrafos, S.A., S.M.E.
Resto de operadores	<ul style="list-style-type: none"> • Akropost • Aravinc • Asendia • Gureak Marketing • Hispapost • Ontime • RD Post • Spring GDS

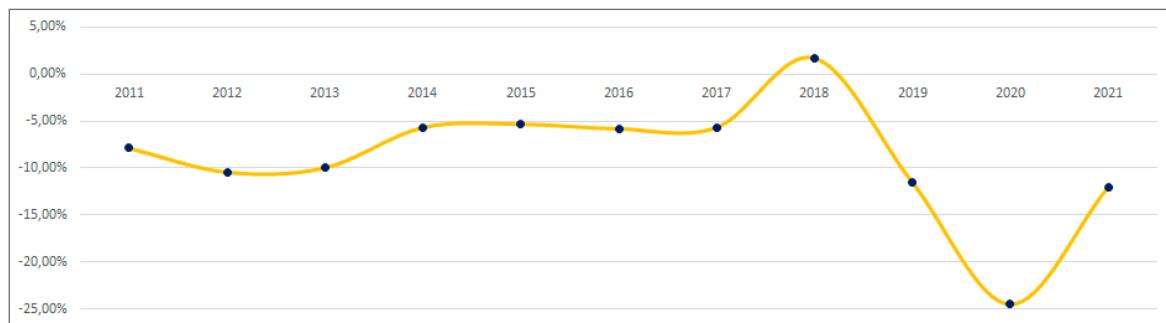
Correos es líder en este mercado con una cuota del 90% en 2021 (en porcentaje de envíos) lo que supone un -12.1% respecto al año 2020. Esto muestra la concentración masiva que caracteriza a este mercado.

En el gráfico siguiente, se ve la evolución de los envíos totales operados por Correos en los últimos 11 años, para poder explicar las características de este mercado.



Mientras en el año 2010 Correos admitió cerca de los 4.500 millones de envíos, en el año 2021 esta cifra cae hasta los 1.550 millones de envíos aproximadamente, lo que supone una caída del 65% en 11 años. Esta cifra se explica por las grandes amenazas que soporta este mercado y que se han acentuado en los últimos años.

El segundo gráfico muestra esta variación de volúmenes de Correos, pero en términos porcentuales de variación anual, de tal forma que se ve cómo el crecimiento se ralentiza en el 2014, y tras la recuperación en 2018 (año en que Correos absorbe los envíos de su principal competidor Unipost al entrar este en concurso de acreedores¹), estas caídas se desploman al -11,5% en el año 2019 y al -24,5% en el año 2020, con una caída menos pronunciada en el año 2021 (-12,5%).

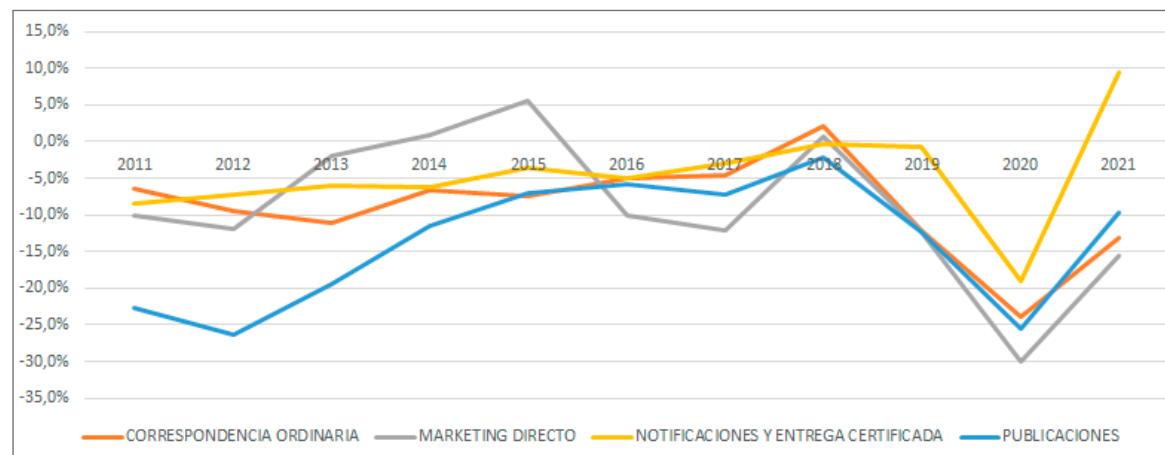


Evolución porcentual de envíos de Correos.

Es interesante desglosar esta evolución en los distintos productos que se consideran dentro del SPT. Así, en el siguiente gráfico se ve cómo la correspondencia ordinaria, las publicaciones y el marketing directo tienen el mismo comportamiento a lo largo de los años, mientras

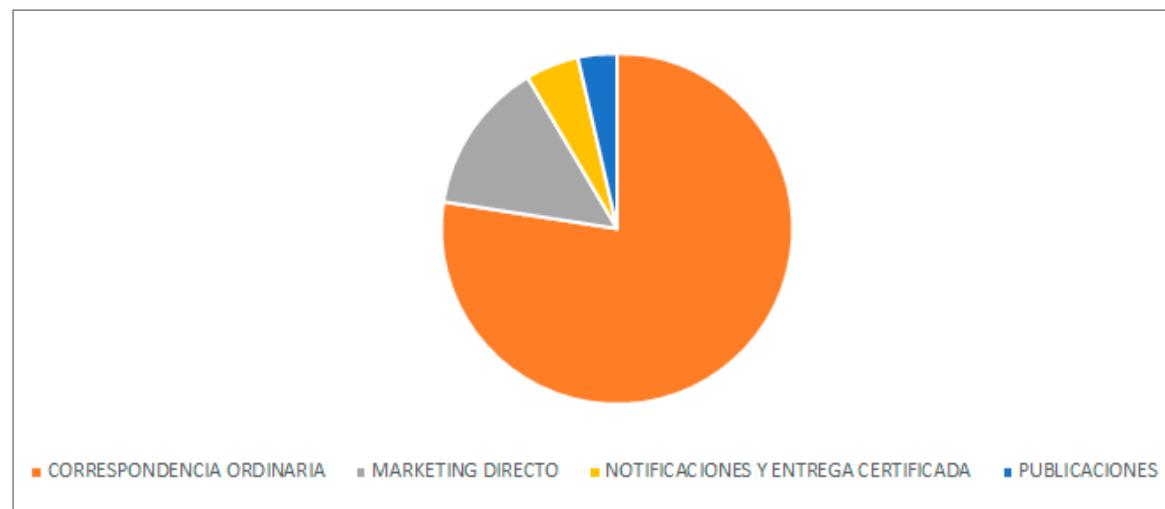
¹ Fuente: Área privada de clientes de la web <https://www.informa.es/>

que las notificaciones y la entrega certificada mantienen un crecimiento sostenible, hasta que los volúmenes se unen a la caída general en el año 2020, alcanzando porcentajes de crecimiento positivo en el año 2021.

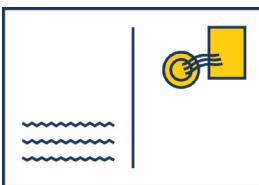


Evolución porcentual de envíos de Correos por familias de productos.

Si consideramos el conjunto de productos del siguiente gráfico, es decir, el peso relativo que estos tienen dentro del segmento, se concluye que la evolución total depende del comportamiento de la correspondencia ordinaria, ya que esta parte supone un 77 % del total de volúmenes que mueve Correos dentro del segmento **SPT**.



Dada la cuota de liderazgo que ha mantenido Correos a lo largo de los años (se ha señalado anteriormente un 90% en el año 2021, porcentaje estable en la última década), se puede decir que la evolución de los volúmenes del Operador Público ha sido la evolución del mercado total, de tal forma que esta evolución se explica por tres motivos: la crisis económica que ha afectado a la economía mundial (y en gran medida a España), los nuevos patrones de consumo y la sustitución electrónica.



Es, pues, la sustitución electrónica del correo postal el factor que más ha afectado en la caída del volumen del sector: en la era digital la carta es una de las formas más caras para mandar información y poder mantener una alta calidad de entrega; se ha convertido en un auténtico reto.

Cabe añadir que la conectividad digital (nuevos canales de comunicación como el correo electrónico y las redes sociales, o plataformas digitales para las comunicaciones oficiales) ha modificado la interacción entre los consumidores, empresas y gobiernos.

Además, la enorme necesidad de las empresas de reducir sus costes en un entorno cada vez más competitivo, ha hecho que los grandes emisores de los sectores de servicios financieros, telecomunicaciones y suministros, lleven años sustituyendo sus comunicaciones físicas por comunicaciones digitales.

A estas características, que evolucionan todos los años con distinta intensidad, hay que añadir el impacto de la crisis sanitaria provocada por el SARS-CoV-2 (más conocido como COVID-19).

Según el Informe Anual del Sector Postal del año 2020 de la CNMC el 76,9% de los operadores postales no modificaron su cartera de productos, y aquellos que lo hicieron fue para incluir opciones ligadas a la pandemia tales como el envío de medicamentos o material sanitario. Respecto a los precios, Correos no los aumentó, aunque sí modificó los plazos y la frecuencia de entrega.

Además, el 61,5% de los operadores postales de los segmentos **SPT** y **CEP** mantuvieron los horarios de atención al público en sus oficinas. Los operadores que los modificaron lo hicieron durante el confinamiento domiciliario de los ciudadanos, con cierres totales o parciales, para evitar los contactos interpersonales. También lo hicieron para poder adaptar sus oficinas con medidas de seguridad que garantizaran la distancia interpersonal cuando se produjera la reapertura de los locales.

1.6.2. Evolución del mercado de la paquetería en España

El segmento CEP incluye paquetes con valores añadidos. Sus características son las siguientes: mayor peso y tamaño que los productos del segmento **SPT**, plazos de entrega cortos, distribución mediante el uso de vehículos a motor, entrega en mano en el domicilio del destinatario o en las instalaciones del operador con más de un intento de entrega. Se añaden también los productos asimilables a la paquetería que son distribuidos mediante la red postal tradicional sin valores añadidos y sin indemnización por retraso en la entrega.

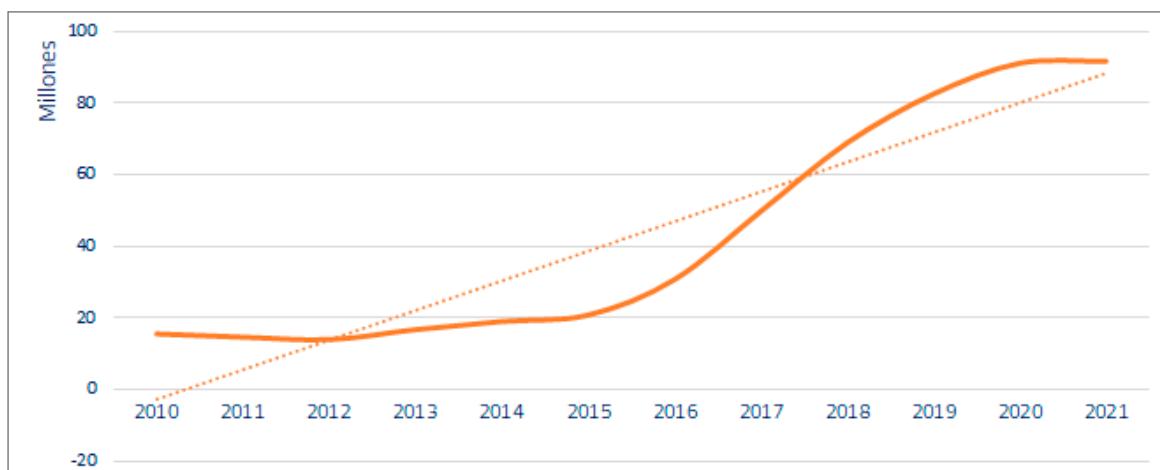
La paquetería ha sido y es la gran vía de diversificación de los operadores que han visto caer sus volúmenes de correspondencia en los últimos años. Además, este crecimiento está protagonizado por un fenómeno económico sin precedentes: el e-commerce (véase más abajo, en este mismo Tema: 1.6.2.1.).

La **CNMC** clasifica los operadores de este segmento en cuatro tipologías, que se desglosan en la tabla siguiente.

TIPO	NOMBRE
Operador público	CORREOS EXPRESS, S.A. SOCIEDAD ESTATAL DE CORREOS Y TELÉGRAFOS, S.A.
Redes de transporte urgente de ámbito nacional	CTT EXPRESS ENVIALIA GLS MRW NACEX SENDING SEUR TIPSA ZELERIS
Resto de operadores	ARAVINC ASENDIA ICS SPRING GDS ONTIME HISPAPOST AMAZON UPS DHL Express y Parcel TNT FEDEX SPAIN

En esta definición, *Operador Público* no solo hace referencia a Correos, sino también a su filial Correos Express (**CEX**), acumulando entre ambos un 18,1% de cuota en cuanto a envíos se refiere en el año 2021.

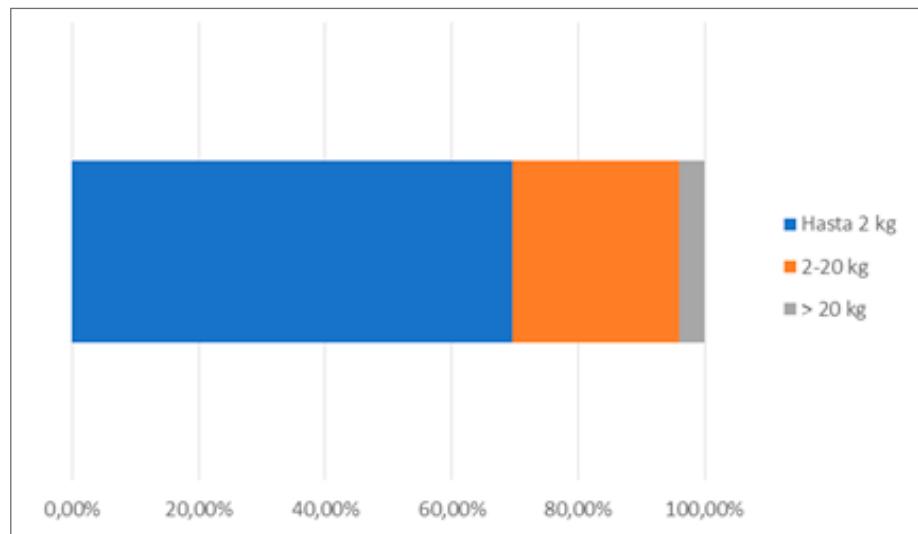
Es interesante ver el comportamiento de los volúmenes de ambas empresas ya que, si bien se enfrentan en este segmento a los mismos competidores, Correos, por su naturaleza de operador designado para la prestación del **SPU**, tiene que adaptar su dimensionamiento y estructura a los nuevos retos (véase apartado 1.6.3.) de este mercado, mucho más flexible y ágil que el de la correspondencia.



Evolución de los envíos de paquetería de Correos (fuente SIE).

En el gráfico anterior se ve cómo los volúmenes de Correos han tenido un crecimiento constante, siendo los años 2016 y 2017 cuando la tasa de variación respecto al año anterior aumenta 47,7% y 62,4%, respectivamente. Por detrás de esta evolución, se intuye un cambio en el conjunto de productos de la empresa, encaminado a la reducción de la dependencia del postal.

Al igual que se ha detallado en el apartado anterior el desglose por productos que tiene el segmento SPT, en el segmento CEP, este desglose viene dado por los tramos de peso de los envíos.



Glosario

CNMC: La Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia de España es un organismo independiente encargado de preservar, garantizar y promover el correcto funcionamiento, la transparencia y la existencia de una competencia efectiva y una regulación eficiente en todos los mercados y sectores productivos, en beneficio de los consumidores y usuarios.

Los volúmenes de Correos han crecido constantemente, siendo en 2016 y 2017 cuando la tasa de variación respecto al 2015 aumenta 47,7% y 62,4%, respectivamente. De ahí surge un cambio en el *mix* de productos de la empresa, para reducir la dependencia del segmento postal.

El desglose por productos en el segmento **CEP** viene dado por los tramos de peso de los envíos.

Correos admite paquetería hasta 30 kg y CEX hasta 40 kg, siendo las principales características:

	CORREOS	CEX
Peso máximo	30 kg	40 kg
Dimensiones máximas (alto + ancho + largo)	210 cm	240 cm

Fuente: Catálogo de productos.

Según el Informe Anual de 2020 de la **CNMC**, todas las empresas encuestadas informaron que habían facilitado a sus empleados medidas de seguridad frente al COVID-19 como guantes, gel hidroalcohólico y mascarillas. De nuevo las medidas preventivas del contagio afectaron al funcionamiento de los centros de distribución de los operadores del segmento **CEP**. De

este modo, el 50% de los consultados manifestaron que su operativa se vio afectada por el desarrollo del COVID-19. Los principales efectos fueron el establecimiento de turnos de plantilla para evitar que coincidieran todos los trabajadores a la vez, el redimensionamiento de espacios para garantizar la distancia entre personas, la reconducción de flujos de envíos por cierres de centros de trabajo con contagios por COVID-19 y el ajuste de las rutas de transporte. Respecto a los precios, el operador público también los mantuvo. Y en este caso se alteraron en mayor porcentaje los plazos de entrega, y en menor porcentaje los horarios de entrega.

Explosión del e-commerce

Diversificar tiene dos ventajas clave: reduce el riesgo al que los operadores están sometidos con el nuevo escenario de la industria postal e incentiva el crecimiento de los segmentos más rentables como son los servicios logísticos y la paquetería.

El crecimiento de la paquetería se potencia por el desarrollo y crecimiento exponencial del **comercio electrónico** (e-commerce).

Entendido este como «un sistema de compra y venta de productos y servicios que utiliza internet como medio principal de intercambio», se inició en España en 1995, con la aparición de [barbabes.com](#) (versión *online* de una tienda física con clientes fieles). En 1998 los hermanos Barrabés lograron afianzar su negocio mediante la creación de una comunidad de usuarios. Con la democratización del PC y la llegada del ADSL, de los smartphones y la banda ancha móvil, el comercio electrónico sube vertiginosamente.

Según datos de la Comisión Nacional de los Mercados y la competencia (**CMNC**), en 2001 el comercio electrónico generaba apenas 127 millones de euros en España. En 2005 movió 1.547 millones, 7.317 en 2010 y en 2015 superó la barrera de los 20.000 millones de euros. En ese momento España contaba con 31,7 millones de internautas, de los cuales 20,4 millones eran compradores *online*. De media anual gastaban 1.016 euros según el Observatorio Nacional de las Telecomunicaciones y de la Sociedad de la Información (**ONTSI**).

España inaugura el 2015 con más de 85.000 tiendas *online* y hasta 22.000 vendedores sin tienda individual pero presenciales en diferentes *marketplaces*.

Pymes y autónomos se lanzan al comercio electrónico en busca de una oportunidad de negocio extra, basada en buenas soluciones tecnológicas y en estrategias multicanal y multiplataforma rentables para su proyecto.

En este mismo año, muchas empresas que contaban con un canal de venta tradicional ya habían decidido crear una tienda *online* propia que les permitiera reforzar su identidad de marca y construir una base de clientes enriquecida con información individual de hábitos de consumo, historial de compra, frecuencia... Otros negocios empiezan desde cero con su propio e-commerce, incluidos aquellos que explotan un modelo tan clásico como el de los anuncios clasificados, como Milanuncios.

Glosario

Marketplace:

Un mercado en línea es un tipo especial de sitio web destinado al comercio electrónico o e-commerce, en el que son varios los terceros que proporcionan la información sobre productos o servicios que en él se comercializan.

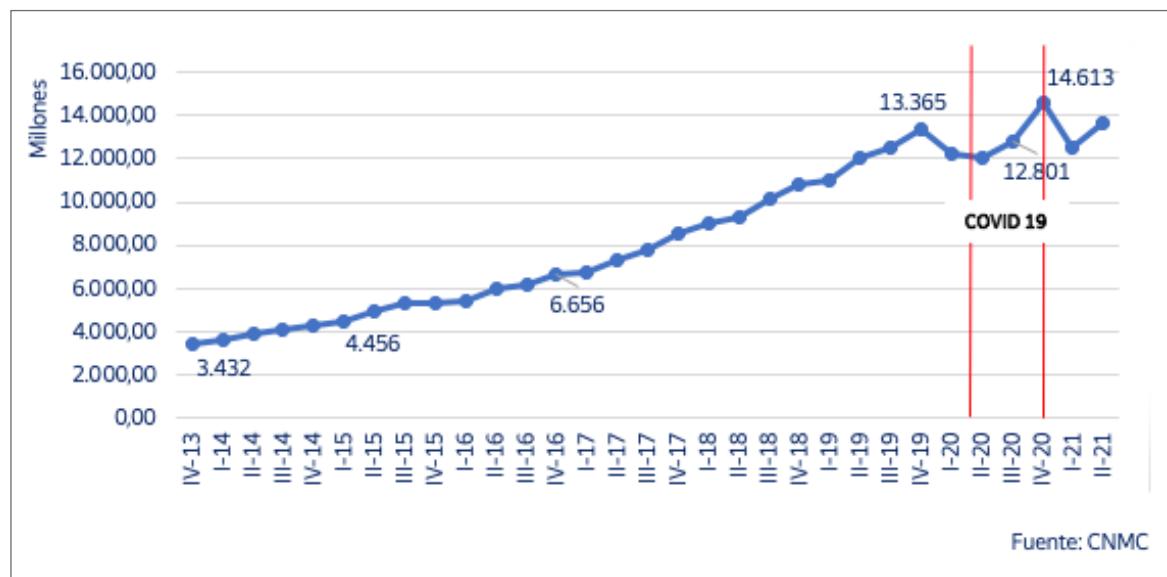
Glosario

Tienda online:

También llamada tienda en línea, tienda virtual o tienda electrónica, alude al tipo de comercio que usa un sitio web o una aplicación conectada a internet como medio principal para realizar sus transacciones. Constituye la herramienta principal del comercio electrónico.

Y en el horizonte, siempre, los gigantes del mundo electrónico: Amazon, Aliexpress, eBay, Wish... grandes escaparates digitales que atraen un flujo de clientes muy atractivo para cualquier empresa y que guardan buenos motivos para ser elegidos como canal de venta en internet.

En el gráfico siguiente se ve la evolución de las cifras comentadas anteriormente.



Evolución del e-commerce en España (millones de euros).

Se aprecia la progresión ascendente y, entre líneas rojas, el periodo que coincide con la crisis sanitaria del COVID-19: el primer verano de la pandemia marcó un nuevo récord histórico de transacciones con más de 258 millones de operaciones entre julio y septiembre de 2020; sin embargo, y a diferencia del segundo trimestre, los ingresos crecieron hasta un 2,5% más que el mismo periodo del año anterior: superaron los 12.800 millones de euros.

Las prendas de vestir fueron el sector con mayores ingresos, con un 7,5% de la facturación total en el trimestre. Las agencias de viajes y operadores turísticos ocuparon la segunda posición, con el 5,3%; y los juegos de azar y las apuestas, el tercer lugar, con el 4,4%.

En el gráfico que sigue, se muestran dichas categorías junto con el resto que ostenta más peso, en amarillo aquellas que van íntimamente ligadas al transporte de mercancías y por tanto, donde se posicionan los operadores logísticos.

Correos y Correos Express fueron los operadores más presentes en las entregas de envíos de comercio electrónico. El 39,6% de los encuestados en el segundo semestre de 2021 (Panel de hogares de la CNMC año 2021) afirmaron recibir paquetes de estas empresas. Las siguientes fueron Seur y MRW.



Categorías con mayor peso sobre el total de negocio (millones de euros).

A continuación y para terminar este apartado en el que se ha intentado detallar las principales características de la evolución del comercio electrónico en España, se describe el perfil del comprador de e-commerce, utilizando como fuente de información el informe de ONTSI *El comercio electrónico B2C en España 2019. Edición 2020*. También se hace referencia a este informe para describir el comportamiento de la población durante el confinamiento.

El comprador en España puede ser hombre o mujer de forma indistinta. Con una edad media de 44 años, el 23,5% de los compradores *online* tiene entre 35 y 44 años, mientras un 22,5% tiene entre 45 y 54 años. Las personas de 25 a 34 años son las más compradoras y superan las 3 compras mensuales.

Además, un 53,7% son licenciados, el 60,5% permanece activo laboralmente y la mayoría de los compradores tienen un nivel de ingresos entre los 900 y los 2.500 euros al mes. De media, los compradores realizan casi 30 compras anuales por internet. La población activa de entre 25 y 44 años, con estudios superiores e ingresos mensuales superiores a 2.500 € son quienes compran con mayor frecuencia.

La pandemia ha supuesto un impulso para el comercio electrónico ya que la compra *online* llegó casi al 75% de los internautas durante el estado de alarma.

En los tres meses de restricciones de movilidad se concentró el mismo número de compradores que en todo 2019. El análisis identifica que no han sido las mismas personas las que han comprado por medios electrónicos, constatándose así cambios interesantes en la conducta. Por un lado, el 47,2% de los consumidores *online* durante el confinamiento no había comprado por internet en 2019; y por otro, entre las personas que compraron *online* durante 2019 el 16% no compró por internet durante el periodo de marzo a mayo de 2020.

Además, el 29,7% de los compradores *online* asegura haber incrementado su actividad de compra, mientras que el 35,3% de ellos continúa comprando vía *online* con la misma frecuencia que antes.

Glosario

Startup: También conocida como empresa emergente, es la forma de llamar a una empresa de nueva o muy reciente creación, que ofrece grandes posibilidades de crecimiento y comercializa productos y servicios a través del uso de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC).

Glosario

Entrega de última milla: En el mundo de la logística, distribución y planificación de transporte, el término «última milla» representa la última parte del proceso de **entrega** de un pedido. Es decir, cuando el producto es derivado hacia el cliente final. Son las acciones que transcurren desde que el paquete deja el punto de distribución hasta llegar a las manos del consumidor (destinatario final).

Nuevos competidores y modelos de negocio

El mercado de la paquetería supone la gran vía de diversificación para los operadores postales. Es un mercado en continua evolución en el que se visualizan cambios de posicionamiento: empresas de B2B pasan a operar el B2C, empresas que nacieron digitales empiezan a desarrollar y consolidar su propia red de distribución, y las **startups** se posicionan con fuerza en los núcleos urbanos.

Estas últimas se pueden distribuir en 4 grupos principales en función de las actividades que realizan:

- **Food delivery** (comida a domicilio): han crecido con gran rapidez en los últimos años incentivadas por la enorme demanda de los consumidores. Una característica común a todos sus competidores es la rentabilidad baja, ya que los márgenes están deteriorados por unos costes de reparto elevados. Destacan **Glovo, Just-Eat y Uber Eats**.

Los comercios de proximidad y empresas utilizan esta solución para poder entregar los pedidos en un radio de actuación limitado. No obstante, grandes empresas están contratando estas plataformas para la entrega de sus pedidos. Por ejemplo, Aliexpress firmó un acuerdo con Glovo en diciembre de 2020 para repartir paquetes en Madrid y Barcelona, las ciudades con más demanda y donde la plataforma concentra la red más tupida de repartidores (glovers), reforzándose la red de almacenes cerca de los centros de las ciudades. Aparte de entregas rápidas, ofrece servicios logísticos a empresas gracias a la división «Glovo Business» que se ocupa de paquetería empresarial, documentación y mensajería.

- Nuevas empresas de paquetería: se trata de nuevos competidores en el sector de logística de última milla que realizan reparto mediante flotas y sistemas logísticos más automatizados y digitalizados. Algunos ejemplos son **Instapack o Stuart**.

Así mismo, diversas empresas de mensajería instantánea o exprés basan su negocio en las colaboraciones con empresas de ventas, como es el caso de Paack (empresa pionera en España en la entrega en dos horas para ventas de El Corte Inglés y Media Market). El negocio se centra en la programación de entregas de última milla, lo que permite que los usuarios puedan recibir sus adquisiciones por internet en base a parámetros (lugar y momento de recepción de paquetes) que establecen al completar el proceso de compra.

- Desarrollo de activos logísticos: son aquellas startups que instalan infraestructuras (*micro-hubs, lockers...*) y activos tecnológicos (robots terrestres) para optimizar la logística de última milla. Destacan **Geever o Smart Point** como las más representativas o, también, **RePack y LoadHog**, líderes en el desarrollo de embalajes reutilizables.

Adicionalmente, las entidades locales cada vez están más involucradas con las redes de terminales automáticos de paquetería para potenciar las entregas sostenibles en los núcleos urbanos. Los terminales automáticos de paquetería se convierten en una solución de entrega que conviene al usuario.

Los principales competidores en este segmento son **Amazon, PUDO y Hapiick**.

- Optimización logística: son aquellas empresas que optimizan la gestión de la logística de última milla utilizando plataformas digitales y colaborativas en la cadena de suministro.

Destacan **Nektria, Last Mile Team, Parkunload, Masternaut o Pulpomatic**. El crecimiento y popularidad de estas **startups** demuestra la necesidad de implementar nuevas tecnologías en los modelos logísticos de última milla y logística urbana.

A día de hoy, muchas de estas nuevas empresas pueden ser una amenaza para las empresas de distribución y paquetería tradicionales ya que deberán digitalizar su cadena logística para no quedarse atrás.

El cliente cada vez es más exigente y demanda servicios de entrega rápidos y convenientes (entrega programada, entrega en horas, reparto los fines de semana, etc.), además de pedir información prácticamente en tiempo real sobre la situación de los envíos.

1.6.3. Líneas estratégicas de actuación y diversificación

Correos se enfrenta a un entorno incierto, provocado por la crisis derivada del COVID-19 por las características del mercado postal y el entorno de inestabilidad a raíz de la guerra de Ucrania que ha encarecido los suministros de las empresas y particulares.

A medio plazo, sus retos son los de enfrentarse a un mercado incierto y cambiante, donde la capacidad de respuesta no es tan ágil como la de las empresas mencionadas anteriormente, apostando, a su vez, por la estabilidad laboral de su plantilla.

Veremos, pues, cómo Correos quiere aprovechar estratégicamente sus capacidades para penetrar en nuevos mercados y adaptarse al modelo operativo tanto en sus procesos de clasificación como en los de última milla. La tecnología es una pieza clave a la hora de ofrecer nuevos productos y mayor eficiencia en los procesos.

Ambición estratégica del grupo Correos: Objetivos de futuro del grupo

El proceso de reflexión estratégica de cualquier compañía pasa por determinadas fases mostradas a continuación, de tal forma que «hoy se piensa qué se quiere ser mañana y cómo conseguirlo». Además, hay que saber que hablar de estrategia incluye en términos temporales el medio-largo plazo.

Proceso de reflexión estratégica



Grupo Correos, como cualquier grupo de empresas, realiza la fase 1 de análisis, donde se estudian el mercado, los competidores... y se analizan sus propias ventajas competitivas a nivel interno para afrontar ese entorno externo. La fase 2 es la de formulación, en la cual se propone la ambición estratégica expresando «lo que quiere ser en el futuro». Esta ambición es:

«Que el grupo Correos sea una empresa pública de emblema nacional, vertebradora de todo el territorio nacional y económicamente sostenible en el tiempo»

En una sola frase se contienen acciones y planes que supondrán la transformación de las empresas del Grupo para afrontar los retos del mercado, sin renunciar a ser una empresa pública, ya que la vocación de servicio a toda la ciudadanía incluye poder llegar a cualquier punto de España.

Pilares sobre los que alcanzar los retos en el medio plazo

En los siguientes apartados se describen de manera general las acciones que ejercerá el Grupo para conseguir esa ambición que se ha descrito anteriormente, es decir, «los pilares» que sustentan y hacen posible la ambición estratégica.

Potenciación del negocio postal

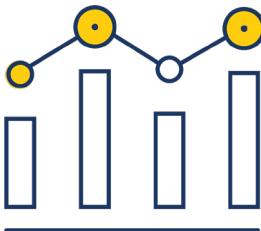
En el punto 1.6.1 se ha hablado de las características del mercado postal tradicional, campo en el que Correos debe defender su liderazgo y su designación como operador del **SPU**.

Además, no solo hablamos de defensa del segmento postal, sino también de atribuir valor a estos productos a través de las sinergias con Nexea, filial del Grupo.

Nuevos servicios logísticos y de paquetería

En el punto 1.6.2 se ha hablado de las principales características del mercado de la paquetería y de los distintos jugadores existentes. La competencia es muy fuerte y Correos debe afrontar los retos que se plantean a través de los siguientes objetivos:

- Aprovechar las capacidades del Grupo a través de las sinergias con su filial Correos Express.
- Aprovechar la capilaridad de Correos y su fuerte posicionamiento en la última milla.
- Explorar nuevos modelos de negocio para explotar su fuerza dimensional.
- Ofrecer recursos necesarios a Correos para realizar las nuevas actividades que demanda el mercado.
- Optimizar las redes nacionales del transporte de Grupo con una gestión eficiente.



Nuevos servicios digitales y negocios tecnológicos

Los nuevos servicios digitales y tecnológicos persiguen los siguientes objetivos:

- Explotar la potencia del Grupo como gran proveedor en la generación de datos.
- Explotar el dato para que se generen sistemas informacionales que ayuden a la toma de decisiones del futuro.
- Explotar las sinergias con la filial Correos Telecom.
- Ofrecer a los ciudadanos productos y plataformas que unan el mundo físico con el mundo digital.

Nuevos servicios en las oficinas y carteros rurales: hacia la cohesión social y territorial

Correos cuenta con más de 2.000 oficinas y más de 6.000 servicios rurales, ambos activos fundamentales para dar cobertura a la capilaridad que el Estado exige a Correos por ser prestador del Servicio Postal Universal.

Esta capilaridad que está al servicio del ciudadano y facilita su acceso a la red postal de Correos es palanca fundamental para que no solo sean servicios postales los que se ofrecen, sino otra serie de servicios que actualmente el sector privado está dejando de ofrecer en el mundo rural (hablamos, por ejemplo, de servicios bancarios). De esta manera, se pone la mayor red logística de España al servicio de todo el territorio nacional.

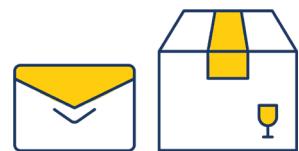
A su vez, Correos quiere ser el nexo o aliado «natural» de unión entre Administración y ciudadano, para facilitar los trámites en sus oficinas ya que ambos tienen vocación de servicio público.

La internacionalización del grupo Correos

La explosión del e-commerce, como se ha mencionado en el capítulo 1.6.2.1, llegó con la entrada en el mercado de gigantes digitales como Amazon y AliExpress.

Es precisamente el comercio electrónico chino el que ha supuesto un crecimiento de los volúmenes importantísimo y ha consolidado un nuevo tipo de paquetería menor en dimensión y asociada a envíos de bajo valor.

Correos quiere posicionarse como aliado del mercado asiático en toda la cadena de valor y explorar otros mercados para poder aportar la experiencia adquirida en tantos años de historia.

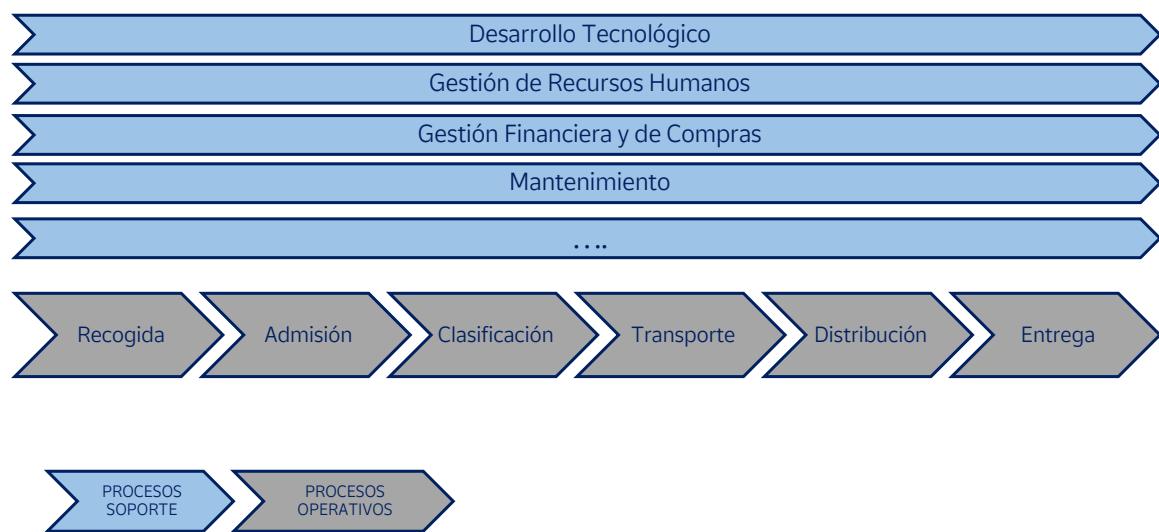


La eficiencia como base de los procesos soporte

Cuando se habla de los procesos existentes en una organización, se puede diferenciar entre:

- Procesos operativos: aquellos que son necesarios y claves para la actividad de un negocio.
- Procesos soporte: aquellos que ofrecen los recursos necesarios para una operatividad eficaz y eficiente.

Actividades de la cadena postal



La gestión de los procesos soporte y su sistema informacional son fundamentales para cumplir con las exigencias del mercado y para hacer que el Grupo funcione como una sola organización.