

Domingo, 13/6/2010

EL PAÍS.com

Negocios

REPORTAJE

Correos mantiene el tipo ante el fin del monopolio, la empresa se prepara para afrontar la nueva situación

FERNANDO BARCIELA 13/06/2010

Correos, una de las mayores compañías de España por número de trabajadores, ha sido noticia esta semana por la huelga de parte de sus 65.000 empleados que salieron a la calle a denunciar los, en su opinión, perversos efectos de la nueva Ley Postal que termina definitivamente con el monopolio de la empresa. Entre esos negativos efectos estaría "la reconversión encubierta" de la empresa y su posible privatización, la merma de sus servicios a los ciudadanos y una auténtica invasión del sector por las empresas privadas, incluidas multinacionales y operadores de otros países europeos. Un escenario que no se va a dar según la dirección de la empresa, los operadores privados y la UGT, que no ha secundado la protesta.

Los operadores privados no están conformes con la nueva Ley Postal Correos deberá pasar a la ofensiva para conservar ingresos y cuota de mercado Los sindicatos hablan de reconversión encubierta y de una posible privatización La dirección trabaja en un plan estratégico para octubre

La compañía presentará un plan estratégico en octubre, pero fuentes del sector niegan la mayor, la denuncia de que se habrían recortado 7.000 empleos en la empresa, y creen que tampoco habrá una



reducción significativa en su plantilla de 64.000 trabajadores. La idea de sus nuevos gestores, explican, no es reducir, sino incrementar la productividad de los recursos. Con respecto a las denuncias sindicales de cierre de oficinas, estas fuentes señalan que la reordenación de la red es algo normal, ya que se abren y se cierran oficinas según evolucionan los cambios demográficos y de población. Sería absurdo, dicen, conservar la red como estaba hace 20 años.

Instalaciones del Centro de Tratamiento Automatizado de Correos en el barrio madrileño de Vallecas.- LUIS SEVILLANO

De ser cierta la tesis del apagón postal de que hablan los sindicatos de Correos, los primeros que deberían estar exultantes con ello serían los operadores privados, un grupo de 143 empresas (la mayor, Unipost) integradas en la patronal Asempre, constituida en 1991 y cuyos clientes son básicamente empresas. Sin embargo, no es así; están que trinan con la Ley Postal, producto de la trasposición de la tercera directiva de liberalización postal en Europa, a la que califican de "antiliberalizadora" y contra la que han presentado alegaciones. "Estamos indignados", asegura Luis García Cantín, su presidente. "En lugar de la esperada liberalización, lo que vemos es que se pretende que Correos mantenga, de forma soterrada, sus ventajas competitivas".

Cantín se queja de que "se le mantendrán a Correos diversos privilegios "como el no pago del IVA" y, lo que es peor, se queja, "quieren encarecernos el acceso a la red de Correos, pagada con inversiones públicas". Las empresas de Asempre, que utilizan la infraestructura de Correos para el transporte y distribución de parte de sus envíos, abonan una tarifa más baja debido a que hacen recogida y selección de esos objetos. Esa práctica, llamada de costes evitados, será sustituida, dice Cantín, "por la de costes incurridos, mucho más altos y que nos impediría ofrecer servicios a las grandes empresas, que reciben bonificaciones de Correos".

Tampoco se muestran exultantes con la apertura total que supone la tercera directiva, y que permitirá a los privados algo que les estaba teóricamente prohibido: el envío interurbano de objetos (cartas y paquetes) de menos de 50 gramos. Pese a que este segmento de negocio supone cerca del 50% de los ingresos de Correos (2.044 millones en 2009), Cantín asegura que les "resultará difícil ganar cuota de mercado en ese campo". Básicamente porque los privados venían operando ya en ese segmento a través de su propia red (con oficinas locales) o con el llamado correo híbrido, un esquema que consiste en que los mensajes se envían por Internet a los puntos de destino, donde se meten en sobres y se distribuyen. Lo cual, según José Sayagues, secretario federal del sector postal de FSP-UGT, "significa que el llamado monopolio era una falacia: llevaba años roto".

Roto o no, Correos se ha defendido bien en estos años. Pese a los costes más competitivos ofrecidos por los privados, Correos ha logrado mantener su hegemonía con un 87% del mercado. "Los privados", dice Cantín, "representan solo el 13% de objetos enviados y poco más del 7% en valor: facturamos 150 millones de euros".

Sayagues justifica el endurecimiento a los privados en base a la necesidad de asegurar el servicio postal universal, un derecho de todos los ciudadanos y que sigue reservado a Correos. Y afirma que ese servicio "produce un déficit de 240 millones al año que debe ser autofinanciado por la empresa, por lo que hay que asegurarle ingresos para tal fin". Un tema que no es pacífico. Como explican fuentes del sector, aún no se sabe cuál va a ser el modelo de retribución, ni siquiera la suma necesaria, ya que ello depende del alcance que se le quiera dar al servicio. Cantín, de Asempre, denuncia, sin embargo, que los quieren obligar a pagar el 1,5% de sus ingresos "para financiar el servicio" y apunta además que "lo del déficit de 240 millones" les parece excesivo, ya que hasta ahora no superaba los 100 millones. ¿Cómo es que ha crecido tanto? ¿Y por qué?

No hay tampoco que obviar que la nueva Ley Postal, junto con la necesidad de mantener la viabilidad de Correos (y de asegurar la financiación del servicio postal universal), ha llegado en un momento delicado. En parte por la crisis económica, que ha reducido el número de envíos en un 10% en 2009, lo que le ha producido las primeras pérdidas a Correos en mucho tiempo, dos millones de euros. Pero en especial porque las nuevas tecnologías están mermando la base de su negocio. A Correos debería preocuparle más la amenaza tecnológica que la competencia, señalan en el sector. Las cartas particulares, que hace 20 o 30 años eran el grueso de los envíos, han ido desapareciendo por la popularización del e-mail. Lo peor es que empieza a ocurrir igual en el mercado empresarial con Internet: banca y empresas dejan de enviar extractos y facturas. Además, señalan en el sector, en breve se va a pasar de la notificación pública escrita a la electrónica.

Ante este escenario, se cree que no le bastará a Correos con medidas defensivas para mantener sus ingresos y rentabilidad. Sayagues se queja de que las políticas centradas en el control de los gastos acometidas en los últimos años están agotadas y que hay que buscar medidas imaginativas. Algunas ya están en marcha, como el tema de las remesas. Correos ha firmado acuerdos con sus homólogas de Uruguay y Chile para estos envíos y está conversando con Marruecos y varios países de Latinoamérica. También busca potenciar la oferta de servicios de sus oficinas. Otro tema a reconsiderar es la recuperación de los servicios financieros. "Somos partidarios de volver a sacar algo semejante a lo que era Caja Postal, que se vendió a Argentaria", dicen en UGT.

La paquetería, en parte por el esperado boom del comercio electrónico, sería otra vía. El problema es que Correos cuenta con una filial, Chronoexpres, especializada en correo urgente, cuyos resultados han sido más bien negativos. Todo indica que la idea es aumentar la integración de Chronoexpres en la estructura de Correos. Los críticos de esta idea apuntan que Correos está bien preparado para el transporte urgente de cartas y paquetes pequeños, pero no de los voluminosos, que requieren grandes inversiones y una organización distinta.

Otra de las grandes esperanzas de futuro, esta sí, estaría en el envío de publicidad y marketing con destinatario, algo que ahora resulta complicado por las restricciones al uso de listados impuestas por la Ley de Protección de Datos. La interpretación de la ley sería más restrictiva en España que en Europa, lo que explica que, mientras en la UE se envían 220 o 230 objetos por persona/año, en España se envían solo 120. Para superar estas dificultades se ha creado una comisión en el Consejo Asesor Postal que trata de flexibilizar la actual rigidez. En Asempre apuntan que, "de lograrse un cambio en este terreno, se podrían aumentar los envíos en un 30% o 40% en los próximos años. Lo que sería bueno para todos, Correos y los privados".